

12. Ryle, S. (2013), *The Making of Tesco: A Story of British Shopping*. London: Random House, 384 p.
13. Armstrong, A. (2016), Big-time Losers in the Waiting Game, *The Telegraph*, 30 January.
14. Bird, M. (2016), Pound Drops to Three-Decade Low against Dollar on Brexit Concerns, *The Wall Street Journal*, 5 October.
15. Chaudhuri, S. (2016), Unilever Price Rises Herald Brexit Pain for British Consumers, *The Wall Street Journal*, 13 October.
16. Christopher, M. and Peck, H. (2003), *Marketing Logistics*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 160 p.

УДК 65.011.4:658.8:635

Легеза Д.Г.,
д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу
Таврійський державний агротехнологічний університет

ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ОВОЧІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Legeza D.G.,
dr.sc.(econ.), assoc. prof., head at the department of marketing
Tavria State Agrotechnological University

LOGISTICS APPROACHES TO THE VEGETABLE DISTRIBUTION AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Постановка проблеми. Обсяг овочевої продукції на продовольчому ринку України формується під впливом виробничих, управлінських та логістичних принципів діяльності підприємств аграрного бізнесу. Незважаючи на поглиблення євроінтеграційних відносин та вплив імпортованої продукції, рівень цін на овочі в Україні нижчий, що є позитивною передумовою забезпечення населення. Однак, в деяких регіонах протягом останніх років спостерігається збиткове виробництво. Причинами постають використання застарілих технологій вирощування, високі витрати на матеріальні та трудові ресурси, відсутність умов зберігання продукції та недосконала структура реалізації.

Серед макроекономічних чинників провідне місце належить купівельній спроможності населення. За умов зростання цін, попит на продукцію овочівництва буде обмежуватися видами тих овочів, що необхідні для мінімального забезпечення раціону окремо взятої сім'ї. До таких відносять овочі борщового набору (столовий буряк, морква, картопля та капуста).

Протягом останнього десятиріччя в овочівництві відбулися позитивні зрушення щодо удосконалення структури каналів реалізації, розвитку ринкової інфраструктури та підприємств з переробки продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань управління та організації діяльності сільськогосподарських підприємств присвячено багато праць, зокрема таких вітчизняних учених, як: В.Г. Андрійчук, Т.В. Куліш, М.Й. Малік, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, М.М. Федоров. Більшість праць присвячено питанням ефективності вирощування сільськогосподарської продукції. Так, за основний показник ефективності виробництва сільськогосподарської продукції В.Я. Месель-Веселяк і П.Т. Саблук приймають норму прибутку і наголошують, що рентабельність не може розкрити технологічні чинники з боку врахування лише амортизаційних витрат і відсутності вартості землі у розрахунках [6].

Питання реалізації овочів та фактори, що впливають на результати збуту знайшли відображення у роботах вітчизняних авторів, таких як: Р. Буряк, О. Кіях, І. Лесік, В. Писаренко, В. Рудь, Т. Стройко. Більшість праць присвячено питанням використання інноваційних технологій, організації праці та інтеграції підприємств. Вважаємо, що особливої уваги заслуговують підходи стратегії розвитку овочівництва, яка розроблена з метою забезпечення продовольчої безпеки країни [2]. Колектив авторів дослідження визначає важливість таких напрямів, як формування сировинних зон, селекція і насінництво, технології вирощування, зберігання, переробка та логістика, якість продукції та експорт тощо.

Невирішеними залишаються проблеми дослідження динаміки зміни обсягів виробництва та реалізації овочевої продукції, що є основними показниками ефективності логістичного управління з урахуванням природно-економічних умов розвитку регіонів. Дана наукова робота розглядає розвиток овочівництва з боку дослідження особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств у південній природно-економічній зоні України, а саме у Запорізькій області, що підтверджує актуальність теми дослідження.

Постановка завдання. Метою роботи є наукове обґрунтування впливу логістичних принципів збуту на ефективність реалізації овочів. Завдання дослідження: виявити рівень сільськогосподарських підприємств порівняно із середнім рівнем по Україні, дослідити результати реалізації овочів на рівні області, виявити фактори, що впливають на ефективність реалізації овочів, дослідити тенденцію зміни показників ефективності реалізації овочів за десятирічний період.

Об'єктом дослідження є процес реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами в сучасних умовах. Предметом дослідження є сукупність практичних засад логістичних принципів реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами.

Для виявлення факторів впливу на результати реалізації використано економіко-статистичні методи дослідження: ряди динаміки, факторний аналіз та вирівнювання трендів. Джерелом інформації були звіти сільськогосподарських підприємств Запорізької області за 2006-2015 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основну частку сільськогосподарських підприємств Запорізької області складають підприємства великого та середнього бізнесу, що свідчить про високий рівень конкуренції на ринку. За 2015 рік сільськогосподарськими підприємствами було одержано 89,3 млн грн чистого доходу, що дозволило їм збільшити рівень рентабельності практично на 7 пунктів порівняно із 2014 роком. Сільськогосподарські підприємства Запорізької області протягом 2006-2015 років займали від 0,3 до 2,7% у загальній виручці від реалізації овочів в Україні. При цьому частка їх витрат у середньому по країні перевищувала показники по виручці. Тобто, одержували менше при вищих витратах порівняно з іншими регіонами України. Максимальний сегмент вітчизняного ринку овочів, який становив 2,67% від загального обсягу товарного виробництва в Україні, сільськогосподарські підприємства займали у 2014 році. Однак такий рівень можна назвати низьким для приморської зони. Товаропотік у сезон збору урожаю не забезпечує повністю потреби населення. Характерним для збуту овочів у Запорізькій області є нижча ціна реалізації порівняно з середніми даними по Україні. За десять досліджених років вона була нижче на 10-30 відсотків порівняно із середніми цінами, що склалися в країні. До 2014 року середня ціна овочів у Запорізькій області не перевищувала 300 грн/ц. Це не дозволяло сільськогосподарським підприємствам одержати додаткові прибутки. У 2009-2012 роки спостерігалась збитковість виробництва овочів, у той час в інших областях України рентабельність виробництва перевищувала 10%.

Потенціал Запорізької області у виробництві овочів як відкритого, так і закритого ґрунту досить значний. Передусім це сприятливі кліматичні умови, родючі ґрунти, наближеність до курортних зон у Бердянську та Кирилівці. Однак, відсутність інвестицій у галузь, непристосовані сховища до повного сезонного забезпечення, відсутність лабораторій контролю системи управління якістю не дають можливість підприємствам Запорізької області конкурувати з іншими суб'єктами господарської діяльності ні на вітчизняному, ні на Європейському ринку. Проблема постає не тільки у забезпеченні якості продукції та відповідності європейським стандартам, але й у забезпеченні стабільної реалізації, широкому асортименту. Приділяючи уваги інвестиціям у виробництво, більшість підприємств забувають про систему збуту через налагодження відносин із торговими підприємствами та підприємствами переробки овочів. У більшості підприємств відсутні як маркетингові, так і логістичні підходи до ведення бізнесу. Поглиблені експертні опитування показали, що план товаропотоків овочів за обсягом та асортиментом відсутній взагалі. Наразі виникає необхідність формування налагодженого ланцюга просування продукції від виробника до кінцевого споживача. В той же час, намагання одержати більшу ціну за вирощені овочі для покриття щонайменше витрат виробництва унеможливають взаємовигідні економічні стосунки між суб'єктами ринку на постійній основі. Така ситуація спостерігається епізодично в окремих підприємствах. Досліджуючи питання маркетингу овочів, В.В. Писаренко наголошує на створенні маркетингових збутових центрів [7, с. 36, 123, 136]. Такі інтегровані структури, на його погляд, нададуть можливість створення суб'єктів ринкової інфраструктури, які будуть контролювати потік овочевої продукції у межах природно-економічних зон.

У сільськогосподарських підприємствах Запорізької області відбувається тенденція збільшення собівартості виробництва за рахунок інфляційних процесів (табл. 1).

За 2006-2015 рр. взагалі по сільськогосподарських підприємствах не відбувається розширеного відтворення. Низьким рівнем рентабельності чи взагалі збитковості визначається вирощування овочів 2009, 2011 та 2012 років. Збитковість виробництва у ці роки відповідно становила 1,9, 0,4 та 7%. Досліджуючи питання фінансової кризи та подальшого розвитку агробізнесу, В.Г. Андрійчук наголошує, що вагомим фактором зміни рентабельності є "зниження цін на світовому ринку", спад яких, наприклад, у 2014 році на 7% обумовили збитковість аграрного бізнесу [1, с. 13].

Таблиця 1
Ефективність реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, 2006-2015 рр.

| Показник | Рік | | | | | | | | | | 2015 р. до 2006 р., % |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | |
| Виручка від реалізації продукції на 1 га посівів, тис. грн | 2,2 | 13,7 | 9,3 | 14,7 | 17,0 | 18,5 | 25,7 | 30,9 | 48,7 | 101,1 | 46,3р |
| Частка продукції у структурі реалізації с.-г. продукції Запорізької області, % | 0,3 | 1,8 | 1,3 | 1,5 | 1,7 | 1,9 | 1,8 | 1,7 | 2,7 | 1,3 | 1,0 п.п. |
| Частка комерційних витрат, % | 18,3 | 23,9 | 16,1 | 13,7 | 16,2 | 11,3 | 12,1 | 9,8 | 7,6 | 7,7 | -10,6 п.п. |
| Ціна реалізації, грн/ц | 126,9 | 148,8 | 138,6 | 124,7 | 208,9 | 204,2 | 213,6 | 227,4 | 285,8 | 642,3 | 5,1р. |
| Рівень товарності, % | 83,0 | 85,7 | 74,6 | 105,1 | 92,6 | 68,3 | 90,5 | 89,5 | 101,2 | 108,3 | 130,5 |
| Прибуток (збиток) від реалізації 1 ц продукції, грн | 23,2 | 26,2 | 13,3 | -2,4 | 22,9 | -0,9 | -16,0 | 21,3 | 8,0 | 58,4 | 2,5р. |
| Рівень рентабельності, % | 22,4 | 21,4 | 10,6 | -1,9 | 12,3 | -0,4 | -7,0 | 10,4 | 2,9 | 10,0 | 12,4 п.п. |

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

Проведені дослідження підтверджують висловлювання В.Г Андрійчука. Низький прибуток від вирощування овочів у 2014 році пояснюється низьким рівнем витрат на збут, транспортування та зберігання овочів. Ціни на реалізовану продукцію в середньому по сільськогосподарських підприємствах області нижчі порівняно із ринковими, що склалися на ринку. Так, ціна реалізації овочів у 2012-2013 рр. була 213 та 227 грн/ц, у той час, як на ринку сформувалась ціна у 300 гривень. Таким чином сільськогосподарські підприємства області у вказаних роках практично недоотримали від кожного центнера реалізованої продукції не менш як 73 грн. Така низька ціна не була обумовлена ринком. За досліджений період виручка від реалізації продукції у розрахунку на 1 га площі виросла практично у 8,5 раза.

Процес виробництва та реалізації у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області не можна назвати стабільним та прогнозованим. Щороку змінюється урожайність продукції, коливання якої за 10 років відбуваються у межах 94-203 центнера з гектара. А це призводить на зниження матеріальних потоків через зниження виручки від реалізації (табл. 2).

Таблиця 2
Фактори впливу на результати реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, 2014-2015 рр.

| Показник | Фактор | | | | Виручка від реалізації, тис. грн | Відхилення виручки за рахунок факторів, тис. грн |
|-----------------------------|---------------------|-------------------|-------------------------|------------------------|----------------------------------|--|
| | Площа насаджень, га | Урожайність, ц/га | Індекс рівню товарності | Ціна реалізації, грн/ц | | |
| 2014 | 982 | 203,30 | 1,01 | 285,75 | 57 707,9 | |
| 2015 | 700 | 183,50 | 1,08 | 642,3 | 89 353,6 | 31 645,7 |
| за рахунок площі | 700 | 203,30 | 1,01 | 285,75 | 41 135,9 | -16 571,9 |
| за рахунок урожайності | 700 | 183,5 | 1,01 | 285,75 | 37 129,6 | -4 006,4 |
| за рахунок рівня товарності | 700 | 183,5 | 1,08 | 285,75 | 39 752,1 | 2 622,5 |
| за рахунок ціни | 700 | 183,5 | 1,08 | 642,3 | 89 353,6 | 49 601,5 |

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

Дані реалізації овочів вказують, що за дослідний період виручка від реалізації продукції по сільськогосподарських підприємствах збільшилась на 31,6 млн гривень, у тому числі за рахунок

підвищення рівня товарності на 2,6 млн грн, за рахунок підвищення практично вдвічі ціни реалізації – на 49,6 млн грн. Слід зазначити, що таке різке підвищення цін було спричинено інфляційним процесом. Основним фактором зменшення виручки від реалізації виступає зменшення площ під вирощування овочів на 282 га, з причини чого виручка від реалізації зменшилась на 16,5 млн грн.

Важливим потенціалом підвищення конкурентоспроможності продукції виступає поступове збільшення урожайності. Слід зауважити, що окремі технологічно розвинуті підприємства Запорізької області виграють завдяки технологічним та організаційним заходам. Підтвердженням цього є значні розбіжності у рівні урожайності різних господарств, які знаходяться у порівняно рівних природно-економічних умовах. Встановлено, що ріст урожайності затримується з причин відсутності зрошення, недотриманням агротехнологічних умов виробництва, недостатньою інтенсивністю галузі. А вища урожайність у свою чергу впливає на збільшення валових зборів, обсягів товарної продукції, а отже виручки від реалізації продукції. Було проаналізовано динаміку урожайності та площ у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області (рис. 1).

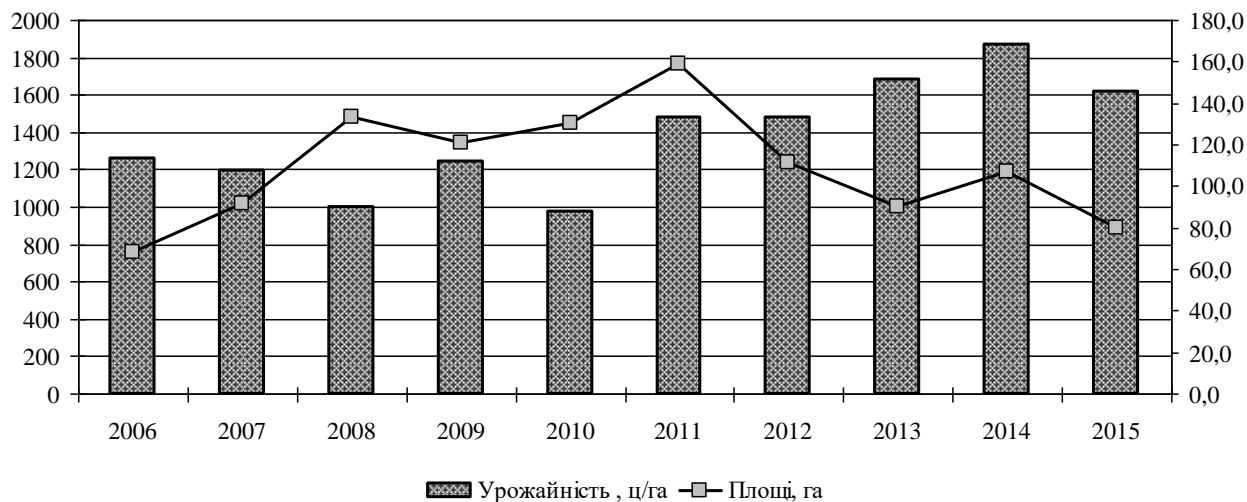


Рис. 1. Результати вирощування овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, 2006-2015 рр.

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

Вирощування овочів характеризується низьким рівнем урожайності поряд із іншими регіонами. Такий стан пояснюється насамперед засміченістю та погіршенню якості ґрунтів. Використовуючи у 2015 році більш районовані сорти овочів, більшість господарств не досягла навіть рівня урожайності 145 ц/га, при тому, що за стандартами сорти овочів дають урожайність понад 200 ц/га на поливах. Тому, вкрай необхідно надати пропозиції щодо впровадження нових сортів, які будуть пристосовані до засушливого регіону.

Площа посівів овочів за останні чотири роки практично не змінювалась і не перевищувала 1200 га, за виключенням 2012 року. Отже, не лише природні фактори обумовили зміни у логістичних потоках овочів. З цього приводу Т.В. Куліш визначає, що за умов здійснення діяльності овочівницьких підприємств на вітчизняному ринку, більший вплив надають економічні фактори, ніж природно-технологічні [3, с. 143-144], а отже подальші дослідження повинні бути сконцентровані саме на виробництві товарних овочів.

Формування принципів товароруху виробленої продукції обумовило тенденції у зміні результатів реалізації продукції (рис. 2).

Зміни обсягів реалізації за 2006-2015 роки не має чіткої тенденції. Основна маса овочів була реалізована у 2014 році, що дорівнювало практично 200 тис центнерів. При цьому ціна реалізації збільшилась порівняно з попереднім роком на 58 гривень за центнер. Основною причиною зниження обсягів реалізації є неспроможність окремо взятих підприємств своєчасно реагувати на зміни ринку, такі як підвищення ціни закупівлі матеріальних ресурсів та врахування при реалізації сезонної зміни ціни. З цього приводу виграють ті господарства, які використовують власні сховища та не мають посередників у ланцюгу поставок овочів безпосередньо до споживачів. На світовому ринку, з цього приводу, сільськогосподарські підприємства об'єднуються в кооперативи. Як зазначає М.І. Малік, «важливою є місія кооперації сільськогосподарських товаровиробників у протистоянні безконтрольному поширенню посередницького бізнесу» [4, с. 77].

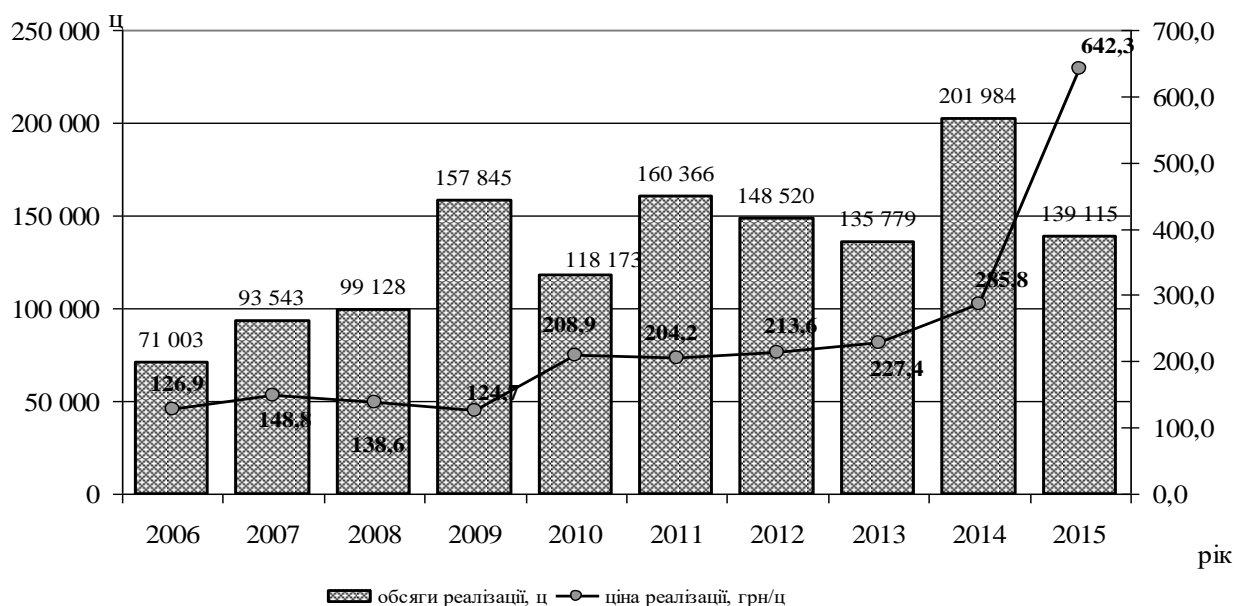


Рис. 2. Результати реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, 2006-2015 рр.

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

У період 2011-2013 роки чітко виділяється тенденція оберненої залежності зміни обсягів реалізації від ціни на овочі. При збільшенні ціни від 204 до 227 гривень на центнер обсяги зменшились зі 160 до 135 тис центнерів. Визначимо тенденцію зміни ціни та обсягів реалізації овочів на регіональному ринку Запорізької області (табл. 3).

Таблиця 3
Ряди динаміки ціни реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області (2006-2015 рр.), грн/ц

| Показники | Рік | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Рівні динамічного ряду | 126,9 | 148,8 | 138,6 | 124,7 | 208,9 | 204,2 | 213,6 | 227,4 | 285,8 | 642,3 |
| Ланцюговий метод | | | | | | | | | | |
| абсолютний приріст, % | | 21,90 | 11,71 | -2,20 | 82,00 | 77,36 | 86,74 | 100,54 | 158,87 | 515,42 |
| індекс росту, од | | 1,17 | 0,93 | 0,90 | 1,68 | 0,98 | 1,05 | 1,06 | 1,26 | 2,25 |
| темп росту, % | | 117,26 | 93,15 | 89,96 | 167,53 | 97,78 | 104,59 | 106,46 | 125,65 | 224,78 |
| індекс приросту, од | | 0,17 | -0,07 | -0,10 | 0,68 | -0,02 | 0,05 | 0,06 | 0,26 | 1,25 |
| темп приросту, % | | 17,26 | 7,87 | -1,59 | 65,77 | 37,04 | 42,47 | 47,06 | 69,86 | 180,37 |
| значення 1 відсотку приросту, грн./ц | | 1,27 | 1,49 | 1,39 | 1,25 | 2,09 | 2,04 | 2,14 | 2,27 | 2,86 |
| Базисний метод | | | | | | | | | | |
| абсолютний приріст, % | | 21,90 | 11,71 | -2,20 | 82,00 | 77,36 | 86,74 | 100,54 | 158,87 | 515,42 |
| індекс росту, од | | 1,17 | 1,09 | 0,98 | 1,65 | 1,61 | 1,68 | 1,79 | 2,25 | 5,06 |
| темп росту, % | | 117,26 | 109,23 | 98,27 | 164,63 | 160,97 | 168,36 | 179,24 | 225,21 | 506,23 |
| індекс приросту, од | | 0,17 | 0,09 | -0,02 | 0,65 | 0,61 | 0,68 | 0,79 | 1,25 | 4,06 |
| темп приросту, % | | 17,26 | 9,23 | -1,73 | 64,63 | 60,97 | 68,36 | 79,24 | 125,21 | 406,23 |
| значення 1 відсотку приросту, грн./ц | | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 |

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

При поступовому збільшенні ціни на ринку України у Запорізькій області ріст цін відзначався як нестабільний. Ланцюгові темпи росту відображають ріст та падіння цін. Так, у 2012 році ціни на овочі

відповідно збільшились на 9,38%, в той же час у 2013 році відбулося збільшення рівня цін відповідно на 13,8%. Базисні індекси визначають поступовий темп росту ціни від 163 до 182 відсотків.

Було проведено вирівнювання тренду ціни реалізації для визначення чіткої динаміки та можливості прогнозу ціни овочів (рис. 3).

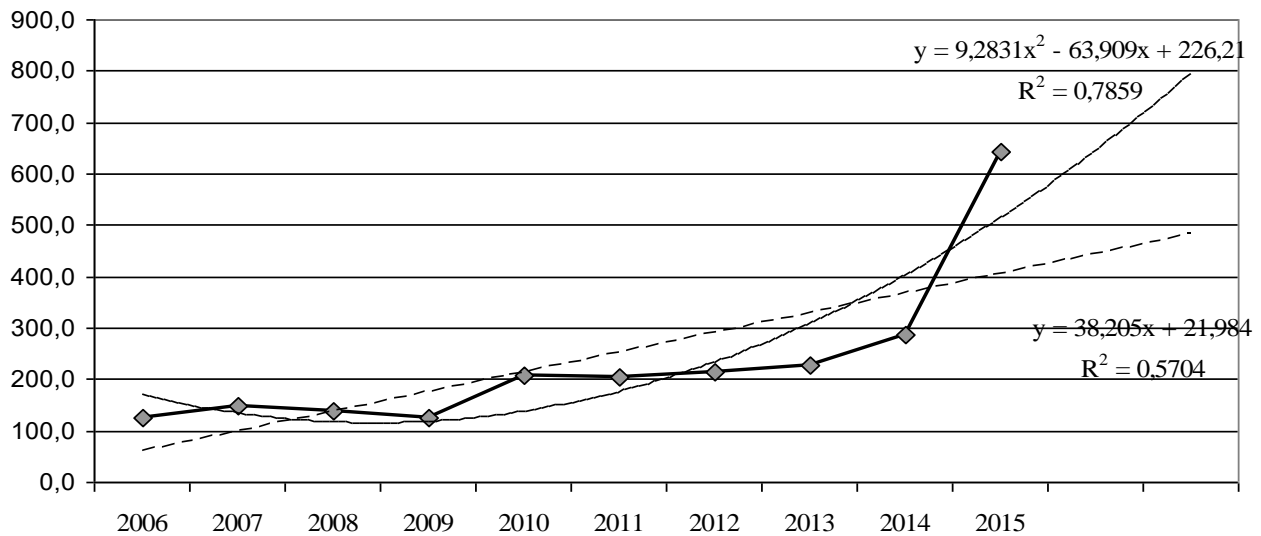


Рис. 3. Вирівнювання тренду ціни реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах Запорізької області за 2006-2015 рр., грн/ц

Джерело: розраховано автором за даними звіту "Сільське господарство України" Державної служби статистики України

Згідно вирівнювання динамічного ряду за параболою при наявних умовах ціна реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах мала потенціал до збільшення у 2016 році – до 700 гривень за центнер, а у 2017 році – 800 гривень за центнер. Вірогідність прогнозу 78,6%.

Відсутність умов зберігання, обмеженість у використанні сортів різної стиглості, відсутність контрактів на реалізацію продукцію, неможливість дотримання вимог транспортування є причинами зниження ціни закупівлі овочів в сезон збору урожаю. Логістичні потоки мають тип серійної або одиничної реалізації. Це більше стосується свіжих овочів салатного набору. Саме овочі борщового набору забезпечують високий рівень товарності та ціну реалізації в зимовий період. Із всього набору овочевих культур виробництво названої групи повинно мати стратегічний напрям з метою максимального забезпечення населення України у необхідних споживчих речовинах.

Досліджуючи питання стратегічного розвитку аграрного сектору, В.Я. Месель-Веселяк та М.М. Федоров здійснили аналіз середньорічних приростів та спадів виробництва за часовими циклами як в цілому по сільському господарству, так і окремо по галузі рослинництва [5, с. 41]. Авторами було встановлено, що в цілому по рослинництву за 2005-2009 спостерігається приріст виробництва на 2,3 %, а за 2010-2014 рр. на 7,8 %.

Для визначення приросту виробництва товарних овочів та можливості прогнозу потоку овочів було проведено вирівнювання тренду обсягів реалізації. Згідно вирівнювання динамічного ряду обсягів реалізації продукції за параболою загальне товарне виробництво овочів на перспективу у 2017 році залишиться практично незмінним на рівні 140-150 тис. центнерів. Вірогідність прогнозу лише 65%. Це свідчить про вплив інших зовнішніх факторів на зміну пропозиції овочів на Запорізькому ринку.

На сьогодні одним із стримуючих факторів розвитку овочівництва у сільськогосподарських підприємствах виступає висока собівартість вирощування. Однією із умов формування ціни постає собівартість вирощування продукції та її реалізації. Саме на це наполягають Т. Стройко, І. Лесік при дослідженні тенденцій розвитку виробництва овочів. При виявленні причин спаду виробництва у Миколаївській області автори зазначили, що одним із пріоритетних напрямів розвитку галузі є "зниження витрат під час виробництва овочевої продукції" [8, с. 39].

Дані про витрати на виробництво і збут овочів сільськогосподарськими підприємствами Запорізької області показали, що собівартість виробництва 1 ц за досліджений період виросла із 76,8 до 539 гривень за центнер. Максимальна собівартість спостерігалась у 2015 році і дорівнювала 539 гривень за центнер. Існує чітка тенденція росту витрат на 1 га продукції. За дослідний період витрати на 1 га посівних площ овочів збільшились майже у 10 разів. Основне збільшення витрат відбувалось протягом останніх двох років. Дані свідчать, що не завжди господарства приділяють достатньої уваги збуту продукції. Так, у 2013-2014 рр. при ціні реалізації понад 200 гривень, комерційні витрати

складали 41 та 29 гривень за центнер, або лише 20 та 10%. Це було причиною низької ефективності реалізації овочів.

Висновки з проведеного дослідження. Обсяг овочів на продовольчому ринку України формуються під впливом виробничих та логістичних факторів. В деяких регіонах, у тому числі у Запорізькій області, протягом останніх років спостерігається збиткове виробництво. За 2006-2015 рр. взагалі по сільськогосподарських підприємствах не відбувається розширеного відтворення. Сільськогосподарські підприємства Запорізької області протягом 2006-2015 років займали від 0,3 до 2,7% у загальній виручки від реалізації овочів в Україні. Потенціал області у виробництві овочів як відкритого, так і закритого ґрунту досить значний, але, наш погляд, використаний частково. Основна маса овочів була реалізована у 2014 році, що дорівнювало практично 200 тис центнер. Згідно вирівнювання динамічного ряду обсягів реалізації продукції за параболою загальне товарне виробництво овочів на перспективу у 2017 році залишиться практично незмінним на рівні 140-150 тис центнерів. Відсутність інвестицій у галузь, непристосовані сховища до повного сезонного забезпечення не дають можливість конкурувати сільськогосподарським підприємствам Запорізької області на внутрішньому та зовнішньому ринках. Середні ціни на реалізовані овочі в сільськогосподарських підприємствах Запорізької області нижчі порівняно з тими, що склалися на внутрішньому ринку України. Одним із стримуючих факторів розвитку овочівництва у сільськогосподарських підприємствах виступає висока собівартість вирощування. Існує чітка тенденція росту витрат на 1 га продукції.

Література

1. Андрійчук В. Г. Виклики агробізнесу: пошук відповідей / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2015. – № 5. – С. 12–22.
2. Концептуальні розвитку овочівництва та забезпечення продовольчої безпеки / С. І. Корнієнко, В. П. Рудь, О. О. Кіях, Л. А. Терьохіна // Овочівництво і баштанництво. – 2012. – № 58. – С. 7–17.
3. Куліш Т. В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень / Т. В. Куліш // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс] : зб. наук. праць. – Спец. вип. : у 2 ч. Організаційно-правові форми агропромислових формувань: стан, перспективи та вплив на розвиток сільських територій. – К. : КНЕУ, 2011. – Ч. 2. – С. 142–149.
4. Малік М.Й. Формування та розвиток кооперативних відносин в аграрній сфері економіки України / М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2014. – № 7. – С. 76–82.
5. Месель-Веселяк В.Я. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки України / В.Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров // Економіка АПК. – 2016. – № 6. – С. 37–49.
6. Месель-Веселяк В. Я. Ціновий фактор у розвитку сільськогосподарського виробництва / В.Я. Месель-Веселяк, П. Т. Саблук. // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 3–9.
7. Писаренко В. В. Маркетинг овочевої продукції (методичні та практичні аспекти) : монографія / В. В. Писаренко. – Полтава: ФОП Говоров С.В., 2008. – 304 с.
8. Стройко Т. Регіональні тенденції розвитку виробництва овочів / Т. Стройко, І. Лесік // Економіст. – 2012. – № 2. – С. 37–39.

References

1. Andriichuk, V.H. (2015), "Agribusiness Challenge: Finding Answers", *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 12-22.
2. Korniienko, S. I., Rud, V. P., Kiiakh, O. O. and Terokhina, L. A. (2012), "Conceptual development of vegetable and food security provision", *Ovochivnytstvo i bashtannytstvo*, no. 58, pp. 7-17.
3. Kulish, T. V. (2011), "Marketing research as a basis for management decisions", *Formuvannia rynkovoї ekonomiky. Spets vypusk, Orhanizatsiino-pravovi formy ahropromyslovykh formuvan: stan, perspektyvy ta vplyv na rozvytok silskykh terytorii*, Kyiv National Economic University, part 2, pp. 142-149.
4. Malik, M.Y. (2014), "Formation and development of cooperate relations in the agrarian sector of Ukraine's economy", *Ekonomika APK*, no. 7, pp. 76-82.
5. Mesel-Veseliak, V.Ya. and Fedorov, M.M. (2016), "The strategic directions of development of the agricultural sector of Ukraine", *Ekonomika APK*, no. 6, pp. 37-49.
6. Mesel-Veseliak, V.Ya. and Sabluk, P.T. (2011), "The price factor in the development of agricultural production", *Ekonomika APK*, no. 9, pp. 3-9.
7. Pysarenko, V. V. (2010), *Marketynh ovochevoi produktsii (metodychni ta praktychni aspekty)* [Marketing of vegetable products (methodical and practical aspects)], monograph, FOPHovorov S.V., Poltava, Ukraine, 304 p.
8. Stroiko, T. and Lesik, I. (2012), "Regional trends of vegetable production", *Economist*, no. 2, pp. 37-39.