УДК 339:63

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-7>**Копитко В.І.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємства та корпоративного управління
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Копитко О.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу
*Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З. Гжицького*

Kopytko Vasyl

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Enterprise Economics and Corporate Governance
O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications

Kopytko Olha

Ph.D. in Economics,
Senior Lecturer at the Department of Marketing
*Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine
and Biotechnologies*

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Копитко В.І., Копитко О.В. Напрями розвитку ринку овочевої продукції. У статті відображено необхідність дослідження сучасних проблем функціонування ринку овочевої продукції та перспектив його розвитку. У результаті зниження купівельної спроможності населення споживання овочевої продукції в Україні продовжує залишатися недостатнім. Зі створенням об'єднаних територіальних громад (ОТГ) доцільно координувати, а за їх відсутності створювати дієві обслуговуючі кооперативи, оскільки господарства населення, які вирощують овочі, не мають доступу до супермаркетів, що виявилось під час карантинних заходів, де ці господарства змушені були знищувати вироблену овочеву продукцію. Подальший розвиток ринку овочевої продукції та набуття ним цивілізованості і регульованості передбачає науково обґрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва і цін на ринку овочевої продукції, створення досконалої інфраструктури ринку овочевої продукції, інформованості й мобільності виробників та споживачів під час вибору місця і змісту реалізації овочевої продукції, контролю (впровадження електронно-касових апаратів) використання сучасних маркетингових стратегій.

Ключові слова: ринок овочевої продукції, інфраструктура, господарства населення, асинхронний характер виробництва, спеціалізовані агропідприємства, платоспроможний попит, ринок землі, територіальні громади.

Копытко В.И., Копытко О.В. Направления развития рынка овощной продукции. В статье отражены необходимость исследования современных проблем функционирования рынка овощной продукции и перспектив его развития. В результате снижения покупательной способности населения потребление овощной продукции в Украине продолжает оставаться недостаточным. С созданием объединенных территориальных общин (ОТГ) целесообразно координировать, а при их отсутствии создавать действенные обслуживающие кооперативы, поскольку хозяйства населения, выращивающие овощи, не имеют доступа к супермаркетам, что проявилось во время карантинных мероприятий, где эти хозяйства были вынуждены уничтожать произведенную овощную продукцию. Дальнейшее развитие рынка овощной продукции и вступление в цивилизованность и регулируемость предусматривает научно обоснованную государственную политику в сфере регулирования производства и цен на рынке овощной продукции, создание совершенной инфраструктуры рынка овощной продукции, информированности и мобильности производителей и потребителей при выборе места и содержания реализации овощной продукции, контроля (внедрения электронно-кассовых аппаратов), использования современных маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: рынок овощной продукции, инфраструктура, хозяйства населения, асинхронный характер производства, специализированные агропредприятия, платежеспособный спрос, рынок земли, территориальные общины.

Kopytko Vasyl, Kopytko Olha. Directions of development of the market of vegetable products. The article reflects the need to study modern problems of the market of vegetable products and prospects for its development. As a result of the decline in the purchasing power of the population, the consumption of vegetable products in Ukraine continues to be insufficient. The modern domestic market of vegetable products is characterized by a relatively low level of infrastructure development and the presence of a range of problems in almost all its parts: from production to its sale to the final consumer in fresh and processed form. This situation causes a high level of losses, insufficient development of the domestic processing industry, the dominance of imported products in almost all segments of the vegetable market. As a result of the decline in the purchasing power of the population, the consumption of vegetable products in Ukraine continues to be insufficient. It is advisable to coordinate with the creation of united territorial communities (UTG), and in their absence to create effective service cooperatives, because the farms that grow vegetables do not have access to supermarkets, which was found during quarantine measures where these farms were forced to destroy vegetables. The vegetable industry is a strategic sector of the state economy, which determines the supply and cost of basic vegetables for the population, forms a significant share of agricultural income, determines the state and trends of rural development, forms foreign exchange earnings from exports. In the context of increasing external and internal threats to the country's food security, it is of particular importance to increase the competitiveness of domestic agricultural products and food products, the limitation for which is the problems of balanced development of objects and institutions of market infrastructure, the importance and interaction of which are determined both by the general laws of functioning of infrastructure support, and by the specifics of specific type of food market. Further development of the vegetable market and its acquisition of civilization and regulation involves a scientifically sound state policy in the field of regulation of production and prices in the vegetable market, creating a perfect infrastructure of the vegetable market, awareness and mobility of producers and consumers in choosing the location and content of vegetable products. control (introduction of electron-cash registers) of use of modern marketing strategies.

Key words: vegetable market, infrastructure, households, asynchronous nature of production, specialized agricultural enterprises, effective demand, land market, territorial communities.

Постановка проблеми. Сучасний вітчизняний ринок овочевої продукції характеризується відносно низьким рівнем розвитку інфраструктури та наявністю цілого комплексу проблем практично у всіх його ланках: від виробництва продукції до її реалізації кінцевому споживачеві у свіжому і переробленому вигляді. Така ситуація зумовлює високий рівень втрат, недостатній розвиток вітчизняної переробної галузі, домінування імпортової продукції практично у всіх сегментах на ринку овочів. У результаті зниження купівельної спроможності населення споживання овочевої продукції в Україні продовжує залишатися недостатнім. Пошук шляхів удосконалення функціонування ринку овочів набуває все більшого значення, особливо під час поширення коронавірусу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ефективного функціонування і напрямів розвитку вітчизняного продовольчого ринку, в тому числі ринку овочевої продукції, досліджували вітчизняні вчені-економісти: Л.М. Галат, О.В. Захарчук, І.І. Ільченко, Т.М. Кучеренко, Р.В. Логоша, Ю.О. Лупенко, П.М. Музика, Н.В. Прозорова, В.П. Рудь, В.В. Сидора, Р.М. Скупський, О.В. Ульяновченко, М.Г. Шульський та інші.

Формулювання завдання дослідження. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняної овочевої продукції, подолання залежності від імпортних поставок вимагає подальших досліджень, пов'язаних із вираженою галузевою специфікою цього сегменту агропродовольчого ринку, що динамічно змінюється кон'юнктурою і зовнішнім середовищем.

Виклад основного матеріалу. Головним завданням функціонування ринку овочів є рівномірне протягом усього року забезпечення населення країни овочевою продукцією в необхідних обсягах і необхідної якості

відповідно до платоспроможного попиту. Пропозицію і внутрішній попит [1, с. 6] на овочі та баштанні культури повністю забезпечує вітчизняний виробник. Близько 90% вирощених овочів припадає на господарства населення. В умовах надвиробництва, що спостерігається в окремих видах продукції, істотно збільшуються ризики зниження цін до рівня собівартості. Зменшити ці ризики можна за допомогою експорту. Нині основними зовнішніми ринками для експорту овочів є Білорусь, Литва, Латвія, Польща. Перспективними ринками визнано країни Західної Європи. Експортні ціни, за мінусом маркетингових витрат, ненабагато вищі за роздрібні ціни на таку саму продукцію в Україні, що дає змогу мати достатню рентабельність (томати, огірки, зелень). Останніми роками [2, с. 365] все більший попит має екологічно безпечна продукція. Основними мотивами придбання такої плодовоовочевої продукції є потреба у захисті дітей, різні захворювання, харчова цінність.

Серед особливостей овочевої продукції значення мають: асинхронний характер виробництва і споживання, низькотранспортабельна овочева продукція, яка може володіти здатністю до споживання тільки за створення необхідних параметрів навколишнього середовища, велика капіталомісткість виробництва, а також зберігання свіжої продукції; можливість споживання овочів як у сирому, так і в переробленому вигляді, широкий асортимент не завжди взаємозамінних видів овочів. Так, у 2019 році [14] частка сільгосппідприємств у розрізі виробництва овочів становила 7,3%, а господарств населення – 92,7%. Обсяг виробництва на господарських угіддях – 220 876,2 тис. ц, а в агроформуваннях – 4163,5 тис. ц. Проте з погляд середньої урожайності сільгосппідприємства мають значно вищі показники – 252 ц/га зібраної площі проти 169,4 ц/га в

одноосібних господарствах. Овочеві культури займали в Україні 439 тис. га. Обсяг виробництва їх становив 9440 тис. т, при цьому урожайність сягала в середньому 214 ц/га. Скажімо, картоплю торік вирощували на 1319 тис. га площі, зібравши 22 504 тис. т за середньої урожайності 171 ц/га.

Ринок свіжих овочів в Україні, незважаючи на різні потрясіння, розвивається, удосконалюється та поступово демонструє ознаки руху до цивілізованого глобального ринку. Овочівництво в Україні протягом багатьох років залишається прибутковою галуззю, тому що за правильного підходу до виробництва, маркетингу, логістики можна отримати дохід навіть за умови перевиробництва та падіння ринку [3, с. 43]. Фрагментація ринку, яка проявляється не тільки у видовому і територіальному поділі, а й в існуванні нерегульованого та неконтрольованого ринку продукції господарств населення, що реалізують продукцію кінцевим споживачам, минаючи ринкові елементи інфраструктури. Відсутність у широкого кола дрібнотоварних виробників потужностей із передпродажної підготовки продукції знижує її конкурентоспроможність щодо імпортової. Недостатнє інформаційне забезпечення суб'єктів ринку не дозволяє правильно оцінити ситуацію для вироблення управлінських рішень для її поліпшення. Остання особливість пов'язана із приблизною оцінкою виробництва і споживання овочів у господарствах населення, обмеженням набором статистичних даних у частині асортиментної структури, що не дозволяє відстежити динаміку і рівень споживання овочів за видами, оцінити сезонність споживання через відсутність даних про обсяги та структуру закладеної на зберігання в овочесховища продукції.

На національному овочевому ринку все ще спостерігається слабе асортиментне розмаїття. Структура пропозиції представлена переважно культурами борщового набору. Україні бракує вітамінної продукції – перцю солодкого, баклажану, часнику, багатьох зеленних і салатних культур. Сумарна частка цих культур у валовому виробництві становить 6,2%, тоді як у Європі на їх частку припадає 25–35%. Аналіз балансу попиту та пропозиції за 2010–2017 рр. показав, що ємність національного овочового ринку (загальний фонд виробництва) за цей період збільшилася на 75,5%. Водночас темпи зростання продукції на продовольство (фонд споживання) за цей самий період зросли тільки на 49%. Тому є необхідність урізноманітнити асортиментну пропозицію, знизити собівартість виробництва, забезпечити потужності зі збереження [4, с. 36].

Подальший розвиток ринку овочевої продукції та набуття ним цивілізованості і регульованості передбачає науково обгрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва й цін на ринку овочевої продукції, створення досконалої інфраструктури ринку овочевої продукції, інформованості й мобільності виробників та споживачів під час вибору місця і змісту реалізації овочевої продукції, контролю (впровадження електронно-касових апаратів) використання сучасних маркетингових стратегій, методів регулювання.

Ефективний розвиток овочівництва у сучасних умовах можливий лише шляхом розвитку маркетингу в овочівництві, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку галузі, постійного насичення інноваціями технологій вирощування, зберігання і реаліза-

ції овочів. Спеціалізовані великотоварні господарства мають значно більші переваги щодо вирішення цих питань перед дрібнотоварними виробниками. Зважаючи на це, необхідно посилити роботу щодо впровадження інновацій та ефективних маркетингових заходів у сільськогосподарських підприємствах [5, с. 117].

Тому зі створенням об'єднаних територіальних громад (ОТГ) доцільно координувати, а за їх відсутності створювати дієві обслуговуючі кооперативи, оскільки господарства населення, які вирощують овочі, не мають доступу до супермаркетів, що виявилось під час карантинних заходів, де ці господарства змушені були знищувати вироблену овочеву продукцію. Тут доцільно виділити ключові функції, що відображають специфіку ринку овочевої продукції. В умовах посилення зовнішніх і внутрішніх загроз продовольчої безпеки країни особливе значення має підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільгосппродукції та продовольчих товарів, обмеженням для якого є проблеми збалансованого розвитку об'єктів та інститутів ринкової інфраструктури, значення і взаємодія яких визначаються як загальними закономірностями функціонування інфраструктурного забезпечення, так і особливостями конкретного виду продовольчого ринку.

Оптові ринки сільськогосподарської продукції є ефективним чинником конкурентоспроможності виробників сільськогосподарської продукції, підвищення її якості. Під час розбудови мережі оптових продовольчих ринків потрібно враховувати регіональні особливості природно-ресурсного потенціалу, стан виробництва сільськогосподарської продукції, ємність ринку продукції. Виходячи з цього, буде розбудовуватися інфраструктура оптового ринку. Наприклад, оптові ринки Східного, Придніпровського і Південного регіонів вимагають більше сховищ для зберігання картоплі, овочів, фруктів. Найбільш реальним шляхом залучення інвестицій у розбудову мережі оптових ринків є комерційні інвестори за дієвої підтримки державних та місцевих владних структур [6, с. 146]. Український ринок овочевої продукції відрізняється тим, що вітчизняні товаровиробники не здатні забезпечити достатні обсяги виробництва для споживання відповідно до рекомендованих норм, адже в Україні дорослі вживають майже удвічі менше овочів (174 г замість 300 г в день) і менше 30% фруктів і ягід (83 г замість 300 г в день), порівняно з рекомендаціями щодо здорового харчування [15]. Отже, галузь овочівництва є стратегічною галуззю економіки держави, що визначає обсяги пропозиції та вартість основних видів овочів для населення країни, формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій, формує валютні доходи держави за рахунок експорту.

У сучасних умовах функціонування аграрного виробництва розвивається досить інтенсивно конкуренція між різними організаційно-господарськими структурами, особливо з крупними аграрними формуваннями, які об'єднані в агрохолдинги. З іншого боку, фермерські господарства володіють низкою переваг над крупними, адже вони мають найбільш сприятливі умови для виробництва органічної продукції та сировини. У цих процесах, на наше переконання, провідну роль може відіграти розвиток сільськогосподарських

обслуговуючих кооперативів, які будуть створені фермерами. В цих аспектах важливу роль повинен відіграти Український державний фонд підтримки фермерських господарств [7, с. 41].

Для зниження рівня втрат і пом'якшення сезонних коливань цін необхідно побудувати додатково овочесховища. Відповідно до цього слід прийняти програми розвитку і приросту потужностей. Це пов'язано насамперед із високими початковими витратами і тривалим строком окупності. Загалом відзначається зростання власного виробництва і скорочення імпортних поставок перероблених овочів, однак обсяги виробництва недостатні для забезпечення внутрішнього споживання. Стимулювання розвитку інфраструктури необхідне для подолання сформованих інерційних тенденцій овочевого ринку в сьогоденні і майбутньому, нарощування виробництва, скорочення частки імпорту у внутрішньому споживанні, а також виходу вітчизняних овочівників на світовий ринок.

Великі та середні сільгосппідприємства, навіть малі фермерські господарства, більшою мірою інтегровані в систему організованого збуту. Більшість із них мають укладені договори на постачання вирощеної продукції, а тому їхні втрати складатимуться переважно з витрат на забезпечення карантинних заходів та від зниження попиту на продукцію. Ці господарства зберігатимуть платоспроможність, у тому числі й за кредитами. Тоді як сільські домогосподарства, зорієнтовані на агропродовольчі ринки, вже зазнали значних збитків у вигляді витрат на вирощування продукції, яку вони не змогли продати внаслідок обмежувальних заходів. Створення достатньої кількості таких кооперативів, як свідчить світова практика, дозволяє збільшити доходи селян за рахунок гарантованого збуту за оптимальними цінами та уникнути або принаймні суттєво зменшити обсяги непередбачених втрат, у тому числі – від стихійного лиха [12].

Серед основних факторів, що визначають процес формування цін на овочеву продукцію в ринкових умовах, пріоритетними залишаються: 1) зона реалізації (цінова зона, яка встановлюється в межах певного економічного району); 2) строки реалізації на протязі маркетингового року; 3) якість товарної продукції; 4) канали реалізації; 5) сортові ознаки культури (на солодкі та напівгострі сорти цибулі ціни нижчі, ніж на гострі) тощо. Окремі з них впливають лише на попит, інші – лише на пропозицію. Однак такі чинники, як якість продукції, сезонність виробництва, державна політика, одночасно можуть впливати як на обсяг пропозиції, так і на величину попиту на продукцію [8, с. 67]. Зрослі ціни на імпортні овочі сприяють зміцненню позицій вітчизняних овочівників, однак збільшення операційних витрат не дозволяє вести розширене відтворення. Численні порушення режиму продуктового ембарго послаблюють дію зовнішньоторговельних обмежень. Незважаючи на скорочення ввезення овочів, під час карантинних обмежень імпорту залишається важливим джерелом надходження свіжих овочів до споживачів, що пояснюється кліматичними умовами й особливостями споживання.

Найбільше овочевої продукції виробляють Херсонська, Харківська, Дніпропетровська, Полтавська, Донецька, Київська області. Ефективність функціонування овочепродуктового підкомплексу значною мірою

залежить від системи економічних відносин між сільськогосподарськими, заготівельними, переробними і торговельними підприємствами. Виробництво – зберігання – переробка – реалізація – споживання є ланками одного ланцюга, тому неможливо домагатися прибутковості однієї з них за збитковості інших [9, с. 51]. Прийняття раціональних управлінських рішень із вибору стратегічних альтернатив і цільових пріоритетів розвитку ринку овочів як на рівні держави, так і на рівні окремого господарюючого суб'єкта має ґрунтуватися на принципах, серед яких провідне місце належить принципам системності і науковості. Їх реалізація включає прогнозування стану і динаміки ринку овочевої продукції. Овочепереробна промисловість є стратегічно важливою для збереження врожаю в умовах недостатнього розвитку інфраструктури зберігання свіжих овочів, а також підвищення рівня задоволення потреб населення в овочевій продукції. Вибір виробником напряду переробки доцільно засновувати на оцінці привабливості його основних сегментів (консервування, заморожування, сушка). Найбільш привабливим є сегмент сушки внаслідок незрілості ринку і високої частки імпортової продукції на ньому.

Існує потреба та можливості для будівництва зрошувальних систем на загальній площі близько 200 тис. га, у тому числі 140 тис. га в Херсонській, 31 тис. га в Одеській та 27 тис. га в Миколаївській областях. При цьому вартість 1 га системи краплинної (переважно підґрунтового) зрошення сягатиме не більше 3,0–3,5 тис. дол. США/га [14], адже економічна ефективність виробництва овочів відкритого ґрунту є на порядок вищою саме в спеціалізованих підприємствах. У великих за розмірами підприємствах також вищі врожайність і якість виробленої продукції та, як наслідок, вища ціна реалізації порівняно з особистими господарствами населення [16, с. 215].

Надалі слід врахувати й те, що середня ціна купівлі землі сільськогосподарського призначення після скасування мораторію з 1 липня 2021 року становитиме 40–60 тис. грн за гектар, і її вартість поступово зростатиме після запуску ринку [13]. Для успішного завоювання позицій на світовому ринку овочів необхідно вдосконалювати технології вирощування із запровадженням передового досвіду та використання усіх останніх досягнень науково-технічного прогресу. Розвивати організацію ринку овочів із запровадженням реформ та державного регулювання, особливо в частині приведення чинного законодавства України до міжнародних та європейських вимог [10, с. 203].

Чимало українських овочів опинилося на звалищах або було продано за умовні «3 копійки» через масове закриття продовольчих ринків в Україні, яке тривало понад місяць і було пов'язане з введенням карантину в країні, адже понад 80% свіжої продукції українських виробників і 100% продукції дрібних фермерів до початку карантину спрямовувалося на реалізацію саме на ринки. Чому не в мережі супермаркетів [11]? Тому що співпраця з мережами супермаркетів не вигідна ані дрібному фермеру, ані супермаркету з багатьох причин. Говорячи про вихід українських малих і середніх фермерів у ритейл, слід розуміти, що в мережах досить високі вимоги до обсягів продукції і регулярності її поставок, а також до логістики, упаковки, сертифікації та документації, і забезпечити такий обсяг і регу-

лярність дрібний фермер просто не в змозі. До того ж і інші витрати для невеликого господарства просто ніколи не окупляться. Супермаркети вимагають товар із ПДВ, а абсолютна більшість дрібних виробників не є платниками цього податку. І, що ще важливіше, ніхто з мереж не платить за поставку продукції відразу – середня відстрочка платежу коливається від 14 до 45 днів. При цьому на оптовому або роздрібному ринку оплату можна отримати в той же день, ПДВ платити не потрібно, продукцію можна реалізувати без витрат на упаковку і без інвестицій в дорогу сертифікацію виробництва. Навіть для досить великих компаній відстрочка платежу – це великі витрати, тому що процентні ставки за кредитами в Україні досить високі.

Враховуючи особливості ринку овочевої продукції, можна виділити специфічні обмеження, що перешкоджають розвитку вітчизняного овочівництва і задоволенню платоспроможного попиту населення вітчизняною продукцією. Недостатній розвиток інфраструктури багато в чому зумовлює проблеми, властиві процесам виробництва, зберігання і просування овочевої продукції до споживача в умовах наявної експансії імпортової продукції за обмеженої державної підтримки суб'єктів ринку. Одним із важливих шляхів вирішення проблеми інфраструктурного розвитку є використання механізмів регулювання ринку на основі взаємодії держави і галузевого бізнесу, зміцнення інформаційної та консультативної функції, розширення прямих довгострокових зв'язків суб'єктів, розвитку інфраструктурних кластерів. Прийняття раціональних управлінських рішень із вибору стратегічних альтернатив і цільових пріоритетів розвитку ринку овочів як на рівні держави, так і на рівні окремого господарюючого суб'єкта має ґрунтуватися на принципах, серед яких провідне місце належить принципам системності і науковості. Їх реалізація включає прогнозування стану і динаміки ринку овочевої продукції.

Висновки. Галузь овочівництва є стратегічною галуззю економіки держави. Економічна ефективність виробництва овочів відкритого ґрунту є вищою саме в спеціалізованих підприємствах. Аргументи на користь великотоварного виробництва є досить вагомими, оскільки окрім виробництва можуть вирішувати питання купівлі землі, впровадження (електронно-касових апаратів) ЕККА, контракти із супермаркетами тощо. Із створенням об'єднаних територіальних громад (ОТГ) доцільно координувати, а за їх відсутності створювати дієві обслуговуючі кооперативи, оскільки господарства населення, які вирощують овочі, не мають доступу до супермаркетів, що виявилось під час карантинних заходів, де ці господарства змушені були знищувати вироблену овочеву продукцію.

Під час розширення мережі оптових продовольчих ринків потрібно враховувати регіональні особливості природно-ресурсного потенціалу, стан виробництва сільськогосподарської продукції, ємність ринку продукції і відповідно сховищ для зберігання овочів, будівництва зрошувальних систем. Одним із важливих шляхів вирішення проблеми інфраструктурного розвитку бачиться використання механізмів регулювання ринку на основі взаємодії держави і галузевого бізнесу, зміцнення інформаційної та консультативної функції, розширення прямих довгострокових зв'язків суб'єктів, розвитку інфраструктурних кластерів.

Подальший розвиток ринку овочевої продукції та набуття ним цивілізованості і регульованості передбачає науково обґрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва й цін на ринку овочевої продукції, створення досконалої інфраструктури ринку овочевої продукції, інформованості й мобільності виробників та споживачів під час вибору місця і змісту реалізації овочевої продукції, використання сучасних маркетингових стратегій, методів регулювання.

Список використаних джерел:

1. Захарчук О.В. Світовий ринок овочів та місце України. *Агросвіт. Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ ДКС Центр*. 2018. № 3. С. 4–7.
2. Рудь В.П. Значення овочевого ринку в продовольчій безпеці України. *Вісник ХНАУ Серія "Економіка АПК і природокористування"*. 2009. № 11. С. 363–368.
3. Галат Л. М. Особливості ринку свіжих овочів в Україні. *Агросвіт. Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ ДКС Центр*. 2019. № 11. С. 35–44.
4. Баланс овочів і баштанних продовольчих культур. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.cisstat.com/food_balances/Ukraine_publication.pdf (дата звернення 20.12.2020).
5. Сидора В.В. Формування та розвиток маркетингу на ринку овочевої продукції. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 4(60). С. 111–118.
6. Музика П.М., Доманська Н.А. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: стратегія побудови і функціонування. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. 2014. Том 16. № 3 (60). С. 140–147.
7. Шульський М.Г. Концепція розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018–2020 роки: стан і можливості. *Журнал Київського університету ринкових відносин: "Економіка, бізнес-адміністрування, право"*. 2018. Випуск № 5(5). С. 33–43.
8. Скупський Р.М. Актуальні аспекти формування та функціонування овочевого ринку. *Продовольчі ресурси. Серія: Економічні науки*. 2015. № 4. С. 62–70.
9. Ульянченко О.В., Прозорова Н.В. Стан та перспективи розвитку овочепереробної галузі України. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки*. 2014. № 7. С. 49–57.
10. Логоша Р.В., Ільченко І.І. Формування та розвиток експортної діяльності на ринку овочів. *Глобальні та національні проблеми економіки – Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2015. Випуск 4. С. 200–204.
11. Зверева К. Інтеграція дрібних фермерів сприятиме стійкому зростанню експорту. URL: <https://www.seeds.org.ua/integraciya-dribnix-fermeriv-spriyatime-stijkomu-zrostantnu-eksportu/> (дата звернення 18.12.2020).
12. Лупенко Ю. О. Селянам буде важко продавати овочі. URL: www.ukrinform.ua/rubric-economy (дата звернення 10.11.2020).

13. Ринок землі: якою буде середня ціна за гектар. URL: <https://112.ua/politika/zemlya-531107.html> (дата звернення 18.11.2020).
14. Соколов О. Овочевий ринок України. URL: <http://agro-business.com.ua/> (дата звернення 09.12.2020).
15. Споживання овочів і фруктів серед українців значно нижче за норму. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4150669-spozhyvannia-ovochiv-i-fruktiv-sered-ukraintsiv-znachno-nyzhche-za-normu> (дата звернення 11.12.2020).
16. Мірзоєва Т.В., Мірзоєв Т.Д. Ефективність виробництва овочів відкритого ґрунту в спеціалізованих аграрних підприємствах. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 3(14). С. 211–216.

References:

1. Zakharchuk O.V. (2018) Svitoviy rynek ovochiv ta misce Ukrainy [World vegetable market and place of Ukraine]. *Agrosvit. Dnipro State Agrarian and Economic University, LLC 'DKS Center*. No. 3. pp. 4–7.
2. Rudj V.P. (2009) Znachennja ovochevogho rynku v prodovoljchij bezpeci Ukrainy [The importance of the vegetable market in food security of Ukraine]. *Bulletin of KhNAU Series "Economics of agro-industrial complex and nature management"*. no. 11. pp. 363–368.
3. Ghalat L. M. (2019) Osoblyvosti rynku svizhykh ovochiv v Ukraini [Features of the market of fresh vegetables in Ukraine]. *Agrosvit. Dnipro State Agrarian and Economic University, LLC 'DKS Center*. no. 11. pp. 35–44.
4. Balans ovochiv i bashtannykh prodovoljchykh kuljtur. (2020) [Balance of vegetables and melons]. *State Statistics Service of Ukraine*. Available at: http://www.cisstat.com/food_balances/Ukraine_publication.pdf (accessed 20 December 2020).
5. Sydora V.V. (2017) Formuvannja ta rozvytok marketynghu na rynku ovochevoji produkciji [Formation and development of marketing in the market of vegetable products]. *Problems of system approach in economy*. no. 4 (60). pp. 111–118.
6. Muzyka P.M., Domansjka N.A. (2014) Optovi rynky siljskoghospodarskoji produkciji: strateghija pobudovy i funkcionuvannja [Wholesale markets for agricultural products: strategy of construction and operation]. *Scientific Bulletin of LNU-VMBT named after SZ Gzhytsky*. Vol. 16. no. 3 (60). pp. 140–147.
7. Shuljskij M.Gh. (2018) Koncepcija rozvytku fermersjkykh ghospodarstv ta siljskoghospodarskoji kooperaciji na 2018–2020 roky: stan i mozhlyvosti [The concept of development of farms and agricultural cooperation for 2018–2020: status and opportunities]. *Journal of Kyiv University of Market Relations: "Economics, Business Administration, Law"*. no. 5 (5). pp. 33–43.
8. Skupsjkyj R.M. (2015) Aktualjni aspekty formuvannja ta funkcionuvannja ovochevogho rynku [Current aspects of the formation and functioning of the vegetable market]. *Food resources. Series: Economic Sciences*. no. 4. pp. 62–70.
9. Uljanchenko O.V., Prozorova N.V. (2014) Stan ta perspektyvy rozvytku ovochepererobnoji ghaluzi Ukrainy [State and prospects of development of the vegetable processing industry of Ukraine]. *Bulletin of Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaeva. Ser.: Economic Sciences*. no. 7. pp. 49–57.
10. Loghosha R.V., Iljchenko I.I. (2015) Formuvannja ta rozvytok eksportnoji dijalnosti na rynku ovochiv [Formation and development of export activity in the vegetable market]. *Global and national economic problems – Mykolayiv National University named after V.O. Sukhomlinsky*. Vol. 4. pp. 200–204.
11. Zvereva K. (2020) Integracija dribnykh fermeriv spryjatyme stijkomu zrostannju eksportu [The integration of small farmers will contribute to sustainable export growth]. Available at: <https://www.seeds.org.ua/integraciya-dribnix-fermeriv-spryatyatime-stijkomu-zrostannju-eksportu/> (accessed 18 December 2020).
12. Lupenko Ju. O. (2020) Seljanam bude vazhko prodavaty ovochi [It will be difficult for peasants to sell vegetables] Available at: www.ukrinform.ua/rubric-economy (accessed 10 November 2020).
13. Rynek zemli: jakoju bude srednja cina za ghektar. (2020) [Land market: what will be the average price per hectare] Available at: <https://112.ua/politika/zemlya-531107.html> (accessed 18 November 2020).
14. Sokolov O. (2020) Ovochevyj rynek Ukrainy [Vegetable market of Ukraine] Available at: <http://agro-business.com.ua/> (accessed 09 December 2020).
15. Spozhyvannja ovochiv i fruktiv sered ukrajinciv znachno nyzhche za normu. (2020) [Consumption of vegetables and fruits among Ukrainians is much lower than normal] Available at: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4150669-spozhyvannia-ovochiv-i-fruktiv-sered-ukraintsiv-znachno-nyzhche-za-normu> (accessed 11 December 2020).
16. Mirzojeva T.V., Mirzojev T.D. (2019) Efektyvnistj vyrobnytva ovochiv vidkrytoho ghruntu v specializovanykh aghrarnykh pidpryjemstvakh [Efficiency of open-ground vegetable production in specialized agricultural enterprises]. *Priazovsky Economic Bulletin*. Vol. 3 (14). pp. 211–216.