


УДК 338.433:635.1/.8  
JEL Q13, L10, O13

## Теоретичні аспекти функціонування ринку овочевої продукції та його особливості

Борщик В.М. 

Білоцерківський національний аграрний університет

 E-mail: markdallas@ukr.net



Борщик В.М. Теоретичні аспекти функціонування ринку овочевої продукції та його особливості. Економіка та управління АПК. 2022. № 2. С. 6–19.

Borshchuk V. Theoretical aspects of the market functioning of vegetable products and its features. AIC Economics and Management. 2022. № 2. PP. 6–19.

Рукопис отримано: 15.08.2022 р.  
Прийнято: 29.08.2022 р.  
Затверджено до друку: 27.12.2022 р.

doi: 10.33245/2310-9262-2022-177-2-6-19

У статті розглядаються теоретичні засади функціонування ринку овочевої продукції та виділено його особливості в умовах воєнного стану. Аргументовано важливу роль ринку овочів у забезпеченні продовольчої безпеки, формуванні доходів для малих сільгосптоваровиробників тощо. Узагальнено, що ринок розглядається як сукупність інтересів та дій реальних та потенційних покупців, а також умов, за яких здійснюється обмін. Обґрунтовано, що аграрний ринок має досить складну структуру та уособлює сукупність ринків, які обслуговують усі аспекти сільськогосподарського виробництва, є динамічною системою економічних відносин.

Доведено, що ринок свіжих овочів складається з численних субринків, для яких властивою є досконала конкуренція. Висвітлено, що для спеціалізованого ринку овочів характерною є внутрішньогалузева, досконала (чиста) і монополістична конкуренція. Окреслено особливості виробничого процесу вирощування, переробки, зберігання овочевої продукції, які впливають на специфіку функціонування ринку овочів.

Систематизовано біологічні та господарські ознаки класифікації овочевих культур та виділено їх провідні групи, на основі яких охарактеризовано елементи інфраструктури ринку овочів, а саме: системоутворювальної, забезпечувальної, функціональної та контролюючої. Узагальнено особливості овочевого ринку, а саме: низька еластичність попиту; високі затрати виробництва; широка диференціація асортименту овочів; локальний характер задоволення споживчого попиту; вищий рівень середньомісячного споживання сільським населенням; товаровиробниками є особисті селянські господарства та дрібні сільгосппідприємства; скорочення прогнозних обсягів товарної пропозиції в умовах воєнного стану; висока залежність пропозиції від змін погодних умов; сезонний попит на продукцію; низький рівень розвитку ринкової інфраструктури; висока концентрація потенційних споживачів овочів у містах; вплив посередників на рівень цін; слабка інформованість суб'єктів ринку.

Обґрунтовано, що економічні відносини між суб'єктами ринку овочевої продукції формуються на основі взаємодії господарюючих суб'єктів з виробництва, розподілу, обміну та споживання овочів, що спрямовано на досягнення високих кінцевих результатів та проявляється через конкретні виробничі, економічні та організаційні зв'язки між ними.

Авторська дефініція ринку овочевої продукції презентує сукупність підприємств сільського господарства, консервної промисловості та об'єктів ринкової інфраструктури, які здійснюють основні бізнес-процеси та забезпечують повне задоволення потреб населення у високоякісній овочевій продукції, згідно з раціональними нормами харчування та споживчим попитом.

**Ключові слова:** ринок овочевої продукції, попит, пропозиція, інфраструктура ринку, структура ринку, товарорух продукції.

**Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень.** Овочівництво є важливою галуззю сільського господарства країни, оскільки забезпечує споживачів різноманітними культурами неоднакових термінів дозрівання. Це підтверджується й тим, що овочі належать до незамінних продуктів харчування, складають важливу частину щоденного раціону людини. Водночас, товаровиробники овочів підтримують зайнятність сільського населення, забезпечують надходження до бюджетів різних рівнів, а також виконують певні соціальні функції.

Зазначимо, що продовольча безпека країни розглядається з позиції забезпечення зерном, молоком, різними видами м'яса та інших видів продовольчої продукції, однак, з урахуванням концепції здорового харчування, важливо забезпечити населення у повному обсязі овочевою продукцією та плодами. Здорове, високоякісне харчування вимагає споживання широкого діапазону овочевої продукції в раціональних обсягах. Згідно з даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), у 2015 р. кількість голодуючих у світі знизилася до 795 млн людей [1], що свідчить про прогрес у забезпеченні обґрунтованого доступу до основних продуктів харчування, цінність яких вимірюється споживанням калорій. Однак, два роки пандемії COVID-19 погіршили проблему голоду у світі, внаслідок чого поширення недоїдання у 2021 р. зросло до 9,8 %, порівняно з 2018 роком [2]. За оцінками, у 2030 р. майже 670 млн людей буде недоїдати, або 8 % населення світу, що дорівнює величині цього показника у 2015 році. Очевидно, що стан продовольчої безпеки у світі погіршиться внаслідок ведення війни, що знизить можливості країн досягати стратегічну Ціль сталого розвитку щодо подолання голоду [3].

Овочі є важливим джерелом мікроелементів, необхідних для здорового харчування, що зумовлює їх необхідність включення до щоденного раціону харчування людини. Однак, вважається, що сьогодні споживачі, навіть з вищими доходами, не досягають цієї мети. Саме це пояснює необхідність дослідження кон'юнктури ринку овочевої продукції, оскільки його важливість визначається не лише в аспекті забезпечення здорового харчування, а й можливостями формувати доходи для малих фермерських господарств, диверсифікувати товарну пропозицію на основі розробки раціональних сівозмін, можливість запроваджувати зрошення та інше, що знижує ризики для товаровиробників. З метою досягнення економічної стійкості фермери можуть обрати модель інтеграції вирощування овочів в існуючі системи виробництва основних

культур або перейти до спеціалізованого їх виробництва.

Як зазначає український вчений О. Захарчук, овочівництво є специфічною галуззю рослинництва через розгалужений перелік видів овочевих культур, які відрізняються технологіями вирощування, неоднаковими термінами зберігання, економічними результатами. Дослідник робить висновок про необхідність формування цивілізованого ринку на основі упорядкування оптової торгівлі [4]. Цілком поділяємо цю позицію, однак з метою досягнення збалансованого розвитку ринку овочевої продукції нагального вирішення потребують питання інноваційного забезпечення товаровиробників, підвищення дієвості інструментів державної підтримки як на рівні виробництва, так і переробки овочів, реалізації проєктів на основі краудфандингу або ваучерів тощо [5,6].

Згідно з позицією вітчизняної дослідниці І. Сало, у нинішніх умовах існує необхідність у нарощуванні обсягів товарної пропозиції овочевої продукції у зимово-весняний період та досягненні науково обґрунтованих норм її споживання населенням країни [7]. Очевидно, що забезпечення споживачів овочами протягом року вимагає удосконалення елементів ринкової інфраструктури та формування культури здорового харчування серед населення.

Водночас, окремі науковці розглядаються ринок овочів та плодів як єдине ціле [8,9], що, на нашу думку, є некоректним, як з методичного аспекту, так і з прикладного, оскільки це – відмінні між собою об'єкти дослідження, які відрізняються технологіями вирощування, зберігання, відтворювальними процесами, особливостями споживання тощо. Окрім цього, плодові культури займають 70 % у структурі світової плодоовочевої продукції, а овочі – лише 30 % [10], що дозволяє зробити висновок про локальний характер ринку, тобто для внутрішнього споживання.

Вищезазначене дозволяє зробити висновок про те, що сучасні умови функціонування ринку овочів потребують поглибленого вивчення теоретичних засад з метою обґрунтування напрямів досягнення його збалансованого розвитку в умовах ведення війни. Це є особливо актуальним, оскільки змінюються усталені принципи та інструменти регулювання, окрім цього, в умовах війни можна очікувати дефіциту товарної пропозиції внаслідок втрати врожаю, розірвання ланцюгів постачання овочів із південних регіонів, які перебувають під окупацією тощо.

**Метою статті** є систематизація принципів функціонування ринкового механізму та науково-методичних підходів до розуміння аграрного ринку, зокрема, ринку овочів; узагальнення

особливостей ринку овочевої продукції, його структури; дослідження суб'єктів, які формують товарну пропозицію та споживчий попит конкурентного середовища, товароруку продукції та обґрунтування перспектив його розвитку в умовах воєнного стану.

**Матеріал та методи дослідження.** Теоретико-методологічну базу дослідження становлять наукові положення, що знайшли відображення у працях українських і зарубіжних дослідників. При вирішенні поставлених завдань використано: абстрактно-логічний метод – з метою систематизації основних підходів до розуміння ринку, аграрного ринку та ринку овочевої продукції, діагностики сучасного стану вітчизняного ринку овочів та формулювання висновків; аналізу і синтезу – для виявлення взаємозв'язків у процесі виділення структури ринку овочевої продукції; монографічний і компаративний методи – при визначенні порівняльних відмінностей субринків овочевої продукції.

Інформаційною базою слугували бази даних Державної служби статистики України, Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО).

**Результати дослідження та обговорення.** Відомо, що спочатку ринок розглядався як конкретне місце у просторі для здійснення торгових операцій, однак у подальшому дефініція цього поняття ускладнюється, набуває все більш складного тлумачення. У результаті виникає розуміння ринку як сфери обігу, яке знайшло широке висвітлення у сучасній економічній літературі, зокрема: «... сукупність існуючих та потенційних покупців товару [11]»; «... будь-які взаємовідносини, що формуються між людьми у процесі торгівлі одного з одним [12]»; «... інструмент, або механізм, який зводить разом покупців і продавців (постачальників), формує попит окремих товарів і послуг [13]»; «... будь-яка група людей, які вступають у тісні ділові відносини та укладають крупні угоди з приводу будь-якого товару [14]». Однак, наведені тлумачення не є вичерпними, оскільки зміст ринку зводиться лише до сфери обміну і не охоплює відносини виробництва.

Отже, у загальному, ринок розглядають як сукупність інтересів та дій реальних та потенційних покупців, а також умов, які характеризують стан та зміни їх інтересів та дій. Це особлива система взаємодії економічних суб'єктів, які добровільно і незалежно приймають рішення щодо розподілу та використання обмежених ресурсів, одержання певної вигоди від укладення угод щодо цих ресурсів. Кожний товаровиробник виступає відособленим суб'єктом на ринку, реалізує свої економічні інтереси у торгових

контактах з партнерами, використовуючи принципи економічної свободи. Вищою формою її прояву в умовах розвинутого ринку є конкуренція, а купівля-продаж є епіцентром господарювання, передумовою стійкості та ефективності виробництва.

Ринок є складною соціально-економічною системою, її формування вимагає комплексного, системного підходу. Відсутність або нерозвиненість якого-небудь елемента (інфраструктури, системи регулювання, паритету цін, оптової торгівлі і т.д.) призводить до серйозних порушень у функціонуванні економіки. До того ж, ринок не перебуває у стані спокою, це – мінлива система відносин, яка адекватно реагує на економічні, техніко-технологічні, соціальні зміни та інші умови життя суспільства. Національний ринок існує в рамках конкретної держави та, відповідно, має певне політичне та правове середовище його регулювання. Внаслідок цієї обставини будь-яка держава визначає загальні контури, межі, обмеження функціонування ринку на основі правових засад впливу на нього. Держава визначає сфери, у яких не допускає або обмежує ринкові відносини. Для держави важливим є яким чином формується галузева структура національної економіки, які перспективи змін платоспроможного попиту населення, як взаємодіє вітчизняний ринок зі світовим. Разом з тим, правом кожного господарюючого суб'єкта є приймати рішення із урахуванням кон'юнктури, що склалася на ринку, діючих економічних важелів регулювання. Окрім того, повної свободи господарювання не може бути при жодній економічній системі, оскільки вона обмежується, як мінімум, соціальними факторами функціонування суспільства і, в першу чергу, це стосується продовольчого забезпечення.

Очевидно, що ступінь розвитку зрілості ринкових відносин не є однаковою при різних укладах, а ринок безпосередньо формується під впливом об'єктивних економічних законів. Ринок тієї чи іншої країни набуває специфічних рис не внаслідок національних особливостей, а в силу особливостей державного регулювання, яке вводиться з метою мінімізації негативних проявів ринкового саморегулювання.

Важливим сегментом вітчизняного ринку є аграрний ринок, який має досить складну структуру та охоплює продукцію та послуги усіх галузей агропромислового виробництва, а також фінансові, трудові та земельні ресурси. Так, Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» розглядає ринок як сукупність правовідносин, пов'язаних із укладенням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції [15], але

при цьому економічна сторона категорії залишається поза увагою. Окремі науковці пропонують визначення аграрного ринку як сфери взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва й товароруку сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, засобів виробництва та послуг [16]. Крім того, у наведеному вище, а також у визначеннях деяких інших авторів, до аграрного ринку (ринку сільськогосподарської продукції) належать сфери обігу продовольчих товарів. Враховуючи, що продукти харчування виробляються в основному безпосередньо в сільському господарстві або в інших галузях, але на основі його продукції, що застосовується у якості сировини, окремі науковці розглядають ринок продовольства як невід'ємну частину сільськогосподарського ринку. Необхідно зазначити, що межі продовольчого ринку є ширшими, ніж межі сільськогосподарського, оскільки, з одного боку, певна частина продовольства має несільськогосподарське походження, а з іншого – сільськогосподарська продукція використовується частково у промисловому виробництві, частково – як предмет праці в аграрному виробництві й т. д. Тому, зважаючи на ці відмінності, необґрунтованим є ототожнення ринку сільськогосподарської продукції і ринку продовольства або їх об'єднання у рамках «аграрного ринку». Ми поділяємо думку, що ототожнення може здійснюватись лише в рамках тієї частини сільськогосподарської продукції, яка споживається у свіжому вигляді, при цьому належить до окремих ринків (овочів, фруктів і т.д.). Вважаємо, що найбільш узагальненим є підхід до визначення аграрного ринку, який його розглядає як динамічну систему економічних відносин, форм обміну продукцією аграрного сектору (в інтересах задоволення суспільних потреб) у їх поєднанні й взаємозв'язку з процесами виробництва, розподілу й споживання, зумовлених розвитком суспільного поділу праці [17].

Аграрний ринок посідає важливе місце у системі ринків, оскільки, по-перше, на частку сільського господарства припадає значна частка ВВП (у 2020 р. – 8,3 %); по-друге, від обсягу та якості виробленої у цій галузі продукції напряму залежить продовольча безпека країни; по-третє, сільськогосподарська продукція виступає як у формі продовольства, так і у вигляді сировини для її наступної переробки; по-четверте, безпосередньо сільськогосподарська продукція є сировиною для різних галузей народного господарства. У широкому розумінні аграрний ринок є сукупністю ринків, які обслуговують усі аспекти сільськогосподарського виробництва. На основі цього у структурі аграрного ринку традиційно виділяють три

основні сфери: безпосередньо агропродовольчий ринок, який регламентує відносини, пов'язані із реалізацією продовольчих товарів, вироблених безпосередньо в сільському господарстві або із сільськогосподарської сировини (овочів, фруктів, хлібопродуктів, молочних продуктів, рослинного масла, цукру і т.д.); ринок сільськогосподарської сировини, на якому здійснюється реалізація продукції аграрного сектору, призначеної для подальшої її переробки та використання у виробництві (зерна, коренеплодів, цукрових буряків, насіння олійних, молока, м'яса і т.д.); ринок ресурсів та послуг, призначених для сільськогосподарського виробництва і харчової промисловості.

Вважаємо, що найбільш емним та відповідним сутності продовольчого ринку, на нашу думку, є його розуміння як сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, на основі яких здійснюється реалізація продовольчих товарів та визнання суспільного характеру вкладеної у них праці [18-20]. Продовольчий ринок по суті зумовлює виникнення продовольчих ланцюгів, у рамках яких здійснюється ряд конкретних функцій постачання від поля до кінцевого споживача: заготівля, сортування, транспортування, зберігання, переробка, фінансування, перерозподіл та ін. Усі ці функції мають дві ключові характеристики: по-перше, додають вартості до продукту, по-друге, вимагають певних ресурсів для їх реалізації і в такий спосіб зумовлюють витрати. Різниця між кінцевою ціною і ціною сільськогосподарського продукту є величиною ринкової маржі, що як правило, із розвитком сфери маркетингових послуг, зростає.

Методологічно ринок овочів належить до сільськогосподарських ринків і включає декілька спеціалізованих ринків, представлених на рис. 1.

Зазначимо, що ринок свіжих овочів складається із численних субринків, на яких представлено понад 30 різновидів овочів вітчизняних товаровиробників та доставлених з-за кордону. Зазначимо, що ринку сільськогосподарської продукції, в тому числі й ринку овочевої продукції, притаманні риси ринку досконалої конкуренції. Цю галузь відрізняє велика кількість незалежнодіючих продавців. Визначальним фактором формування рівноважної ціни є співвідношення попиту та пропозиції, а для сільськогосподарського товаровиробника основними факторами формування конкурентних переваг є ціна та якість продукції. У таких умовах стратегією розвитку виробника овочів та обсягів є зміна обсягів виробництва, залежно від привабливості ринкової ціни.

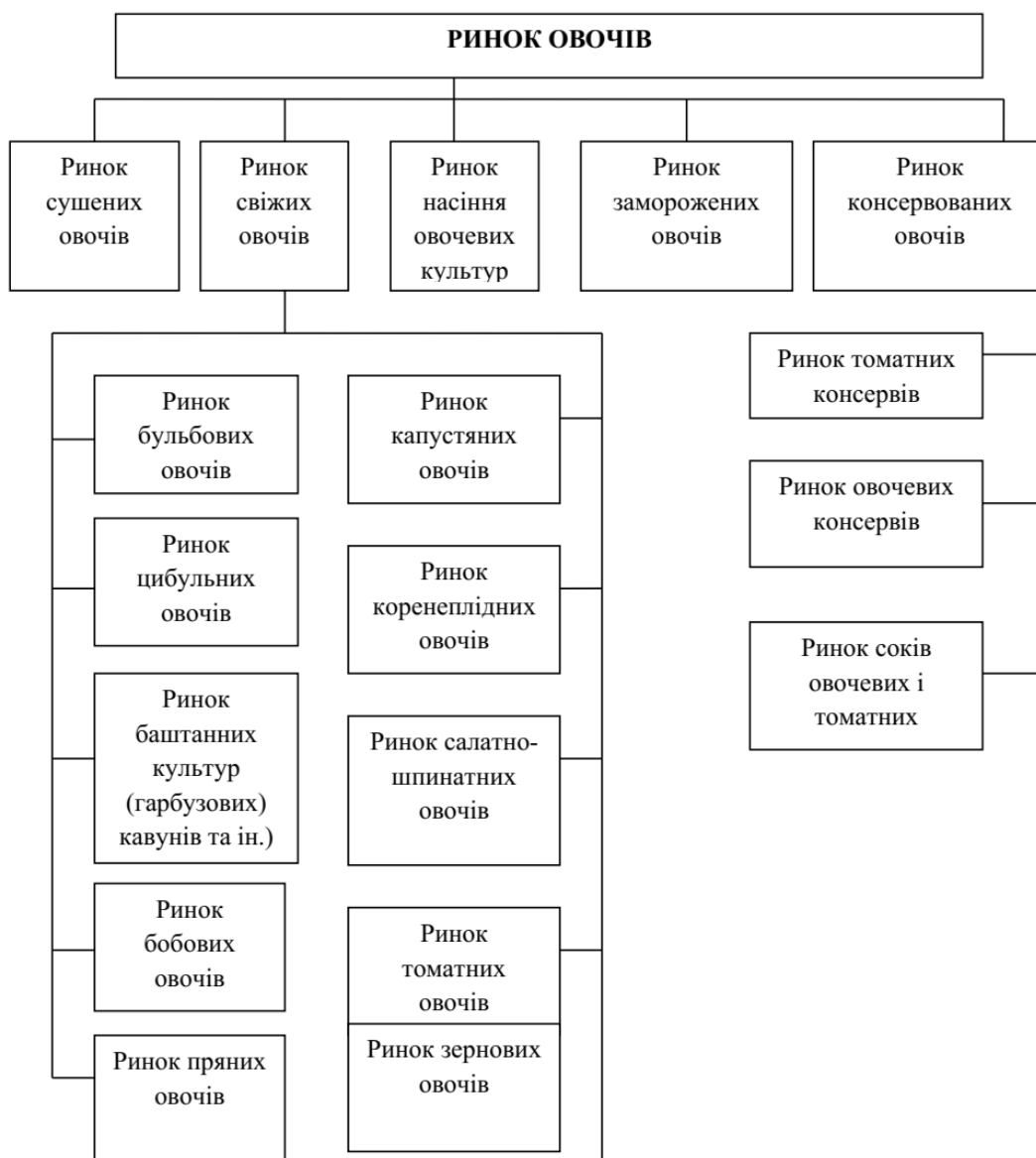


Рис. 1. Організаційна структура ринку овочів відкритого ґрунту.

Джерело: розроблено автором.

Механізм формування ринкових цін має високу здатність встановлювати та автоматично підтримувати рівень цін, який відповідає цінності та корисності продукту. Ринкова ціна виражає сукупну оцінку товару на основі попиту, пропозиції, затрат корисності, що втілює її у вигляді єдиної ціни. У такий спосіб у ній відображається і собівартість продукції та її обмінний курс щодо інших товарів, і споживчі якості. Отже, через ринок як елемент відтворювального процесу реалізуються вимоги економічних законів – вартості, розподілу за працею та інших, що при відповідних умовах

забезпечують задоволення суспільної потреби, неперервність функціонування розширеного відтворення. Регуляторами ринкових відносин при цьому є попит та пропозиція, ціна, інструменти державного регулювання, через які здійснюється вплив на ринок на основі податкової, кредитної, дотаційної та інших видів політики. Отже, ринок будь-якої продукції, який повноцінно функціонує, охоплює сукупність його складових, відсутність яких призведе до зниження ефективності ринкових відносин. Так, ринок овочів відкритого ґрунту та будь-який його різновид складається із: спеціалі-

зованих ринків (субринків); об'єктів ринкової інфраструктури; ринкового механізму саморегулювання. Відсутність або недостатній розвиток хоча б однієї із складових призводить до зниження ефективності функціонування ринку овочів і, відповідно, до неповного задоволення потреб потенційних споживачів та до зниження рентабельності галузі овочівництва.

Зазначимо, що для спеціалізованого ринку овочів характерною є внутрішньогалузева, досконала (чиста) і монополістична конкуренція. Так, внутрішньогалузева конкуренція виражається у суперництві між підприємствами, зайнятими виробництвом і продажем овочів відкритого ґрунту, які належать до цієї галузі. Вважаємо, що основними інструментами формування конкурентних переваг є зниження витрат виробництва і реалізації продукції, що досягається завдяки удосконаленню техніки, технології та організації виробництва, а також за рахунок використання методів нецінової конкуренції. У результаті внутрішньогалузевої конкуренції слабкі, технічно відсталі підприємства з виробництва овочів з високими витратами виробництва, як правило, витісняються із ринку.

Досконала конкуренція означає такий стан на ринку, коли вплив кожного окремого учасника на загальну ситуацію є незначним, який можна не враховувати. Для нього характерною є наявність великої кількості продавців і покупців, одорідність продукції, відсутність можливості суб'єктів впливати на ціну, вільно виходити та виходити на ринок. Отже, товаровиробники овочевої продукції повинні гнучко пристосовуватися до ринкових умов, і, як наслідок, реалізовувати свою продукцію лише за поточними ринковими цінами.

Монополістична конкуренція характеризується порівняно великою кількістю підприємств, які виробляють диференційований продукт, і порівняно вільним входом на ринок. У цьому випадку має місце конкуренція не лише за ціною, але й за неціновими критеріями, на ринку присутня велика кількість дрібних та середніх підприємств, проте жодне з них не відіграє значної ролі і в загальному обсязі продажів. Товаровиробники формують конкурентні переваги на диференціацію продукції шляхом надання товару унікальних властивостей, внаслідок чого підприємство набуває обмеженої монополії, відповідно – обмежений вплив на ціну. Однак, ця монополія є обмеженою і нестійкою, оскільки більшість потенційних споживачів сприймають продукцію конкурентів як подібну, хоча й не повністю взаємозамінну.

Зазначимо, що монополістична конкуренція є більш характерною для інших спеціалізо-

ваних виробництв, які входять до складу ринку овочевої продукції, зокрема, овочевих консервів. Товаровиробники намагаються переконати споживачів в унікальних якостях товару, однак обсяги продажів окремого товаровиробника у загальному об'ємі є незначним, тому він має лише обмежений контроль за ринковою ціною.

Однак, створення і підтримка конкуренції на ринку овочевої продукції не є основною його ціллю – це лише спосіб досягнення високої ефективності виробництва овочів та продуктів їх переробки. Розвинена конкуренція спричинює формування ринкового середовища, що сприяє зниженню витрат виробництва та обігу, створенню нових видів і сортів продукції, запровадженню інновацій та вкладенню інвестицій в овочівництво.

Насамперед, розглянемо особливості овочевої продукції, які визначають специфіку виробничого процесу з їх вирощування, переробки, зберігання, серед яких нами виділено наступні: овочі – це теплолюбні культури; одержати продукцію можливо лише завдяки біологічному синтезу; вирощування городини вимагає значних затрат, порівняно з продукцією інших галузей рослинництва; овочівництво є територіально відокремленим від виробництва інших сільськогосподарських культур; більшість овочів належать до продуктів, які погано переносять механічні та гідротермічні впливи; після збирання врожаю овочі швидко псуються, що вимагає створення умов для зберігання та ізоляції від впливу навколишнього середовища з метою уповільнення біохімічних процесів; високий рівень насичення вологою вимагає створення особливих умов зберігання, частина овочів не підлягає зберігання у звичайних умовах; овочі мають слабкі захисні покриття тканини; вони можуть бути спожитими як у сирому, так і переробленому вигляді; овочі є надто вибагливими до умов навколишнього середовища.

Водночас, важлива роль овочів серед продуктів харчування, їх вплив на життєдіяльність людини, дієтичне та лікувальне значення створюють необхідність їх споживання впродовж року, незалежно від можливостей для виробництва. Саме тому взаємодія між виробництвом і споживанням здійснюється через такі стадії товароруху як зберігання і переробка, а зв'язок між виробництвом, зберіганням, переробкою, торгівлею і споживанням – завдяки процесам доставки та розподілу.

Овочі – дуже широке поняття, однак з нечіткими межами. Найбільш ємне визначення було дано професором В. І. Едельштейном, який називав овочі трав'янистими рослинами,

які вирощуються людиною заради їх соковитих частин, що споживаються в їжу [21]. До рослин, які населення планети використовує у якості овочів, належать понад 1200 видів у всьому світі, з них найбільш поширеними є 690, які належать до 9 ботанічних сімейств. Поширення цих видів овочів у культурі в різних частинах світу і країнах нерівномірне. Так, наприклад, найбільша кількість видів овочевих культур вирощується в Азії, що забезпечують сприятливі умови клімату: в Японії вирощуються майже 100 видів овочів, у Китаї – майже 80, в Індії – понад 60, у Кореї – біля 50 видів. На території нашої країни, за різними даними, вирощують до 70 видів овочевих культур, із них 30 – мають масове поширення [22].

Зазначимо, що кожна овочева культура має власні індивідуальні біологічні особливості, характеризується специфічними вимогами до умов навколишнього середовища і способами вирощування, відрізняється способом вживання в їжу. Разом з тим, ці рослини мають ряд загальних ознак, які дозволяють їх об'єднати в окремі групи за сукупністю біологічних і господарських ознак. В їжу використовують різні частини рослин; за ознакою вживання тієї чи іншої частини овочеві рослини поділяються на наступні групи: плодові (помідор, огірок, баклажан, перець, кабачок, патисон, цукіні, гарбуз, артишок, фізаліс, горох, боби, квасоля, соя, кукурудза цукрова та ін.); коренеплоди (морква, брюква, буряк столовий, редька, редис, ріпа, селера, петрушка коренева, батат, топінамбур, пастернак та ін.); цибульні (цибуля ріпчаста, цибуля-шалот, зелена цибуля, цибуля-батун, часник та ін.); листові, у т. ч. капуста білокачанна, червонокачанна, китайська, листовая, савойська, брюссельська, пекінська, кольрабі, цвітна, броколі); зелень (всі види салатів, цикорій салатний (ендивій), ескаріол, салат, шпинат, щавель, ревінь, портулак, спаржа, амарант, крес-салат, буряк листовий (мангольд), огіркова трава, спаржа, кріп); пряні трави (аніс, базилік, майоран, естрагон, хрін, катран, коріандр, меліса, м'ята, шавлія, чабер, тмин, розмарин, рута, фенхель та ін.).

Однак, такий поділ за частинами культур, які використовуються в їжу, є досить умовним і не зовсім коректним з біологічної точки зору, крім того, значна різноманітність овочевих культур не дозволяє сформулювати просту схему основних груп овочів.

В основі іншої класифікації овочевих рослин – належність до різних ботанічних сімейств. Така класифікація систематизує різноманітність овочів та дозволяє обґрунтовано планувати сівозміни, коли культури одного бо-

танічного сімейства не повинні вирощуватися послідовно на одній і тій же земельній ділянці.

За тривалістю життєвого циклу усі овочеві рослини поділяються на однорічні, дворічні та багаторічні.

Овочевий ринок України нині є складною системою і складається з певних підсистем, необхідних і достатніх для вирішення проблеми цілорічного забезпечення населення овочевою продукцією. Зазначимо, що технологія виробництва овочів значно відрізняється від технологічних процесів у рослинництві, як за організацією окремих прийомів, так і за складом засобів та предметів праці. Більшість овочів належить до продуктів, які погано переносять навіть незначні механічні впливи та дуже чутливими до гідротермічних показників навколишнього середовища. У природних умовах терміни їх зберігання після дозрівання без втрати якості не перевищують декілька діб, а для окремих видів – годин. Це накладає жорсткі обмеження на вибір способу здійснення технологічних прийомів та зумовлює сезонне коливання у потребах затрат праці і матеріальних засобів.

Очевидно, що технології вирощування окремих видів овочів істотно відрізняються між собою, але подібність вимог, що зумовлюється швидкопсувністю, визначає спільність підходів до організації виробництва таких продуктів, особливо на етапах збирання, транспортування, зберігання.

Одна із специфічних особливостей овочевої продукції полягає у тому, що вона може споживатися як у сирому, так і переробленому вигляді. Це характерно практично для всіх видів овочів, тому виникає загальна проблема – оптимальний розподіл вироблених продуктів за каналами споживання.

Існують деякі особливості при розгляді наступних етапів просування цієї продукції до кінцевого споживача. У першу чергу, це стосується постачання. Умови транспортування овочів є специфічними, що зумовлено наступними причинами: продукція вимагає спеціалізованої малооб'ємної тари на всіх етапах товарору-ху; після збирання (вихід із агроєкосистеми) виникає необхідність ізоляції від впливу навколишнього середовища з метою зниження біохімічних процесів і пригнічення патогенної мікрофлори.

Збирально-транспортні процеси охоплюють як сфери безпосереднього виробництва продукції (збирання), так і входять до сфери обігу на її початковому етапі при розподілі за напрямами використання. Залежно від напряму передбачуваного використання (споживан-

ня у сирому вигляді, закладання на тривале зберігання, переробка), схема збирання і транспортування повинна видозмінюватися, тому можна говорити про організаційну єдність ланцюга «збирання – транспортування (первинний розподіл)», що характерно для продукції овочівництва.

Відповідно до потреб людського організму забезпечення овочами повинно бути рівномірним упродовж року, у зв'язку із чим об'єктивно необхідним є створення великих запасів цих продуктів та їх зберігання упродовж достатньо тривалого періоду часу.

Зазначимо, що тривале зберігання – технологічно складний і трудомісткий процес. Овочі, як об'єкти зберігання, об'єднані між собою, одним специфічним показником – високим насиченням тканин водою (у середньому 80-90 %), що й визначає відмінності від інших рослинних продуктів при зберіганні. Ця обставина, поряд із слабкою захищеністю покривними тканинами, зумовлює більш високий рівень обміну речовин при зберіганні та нестійкість до фітопатогенних організмів. Очевидно, що збереження якості під час зберігання цієї продукції неможливо забезпечити без спеціальних технологій із системами регулювання режимів навколишнього середовища щодо температури, вологості та складу газового середовища.

Потенційна здатність окремих видів овочів зберігати свої основні якості (лежкість) є різною та визначається біологічними особливостями. Механізм формування лежкості ще до кінця не вивчено, однак із урахуванням наукового і практичного досвіду виділяють три групи овочевої продукції [49, 50]: коренеплоди і коренеплідні овочі; плодови овочі; листові овочі.

Зазначимо, що у більшості випадків технічна реалізація процесів переробки здійснюється на одних і тих же потужностях, де різні види овочів взаємодоповнюють один одного: із одного боку, пом'якшують сезонність виробництва, а з іншого – дозволяють створювати комбіновані продукти з новими властивостями. Інтеграція переробки овочевої продукції обов'язково повинна враховуватися при територіальному розташуванні овочівництва і формуванні сировинних зон переробних підприємств.

Завершальним етапом товароруху овочів до споживача є проходження їх через сферу реалізації. Оскільки усі етапи товароруху пов'язані одним фактором – часом збереженості, на частку торгівлі припадає невеликий проміжок часу, яким необхідно правильно скористатися в умовах ймовірного попиту. Зазначимо, що збереження якості овочевої продукції у про-

цесі товароруху залежить від рівня розвитку інфраструктури ринку. Отже, ефективне функціонування ринку овочів значно залежить від організації процесу товароруху, тобто діяльності з планування, організації та контролю за фізичним переміщенням овочів і продуктів від місць виробництва до місць споживання.

Зазначимо, що кожен різновид ринку овочів має свої особливості системи товароруху. Структура ринкових інститутів ринку городни уособлює систему, яка складається із товаровиробників і споживачів, причому кожна з цих груп виступає не як абстрактна єдність, а як структура, яка постійно змінюється. Процес товароруху вимагає участі цілого ряду елементів інфраструктури, які можуть бути юридично та економічно відокремленими та виступати у якості самостійних агентів ринку (складська система, транспорт, інформація та ін.).

Враховуючи функції та специфіку ринку овочів, вважаємо за доцільне класифікувати елементи його інфраструктури на такі основні групи: системоутворювальна, забезпечувальна, функціональна та контролююча.

До системоутворювальної інфраструктури належать суб'єкти, які беруть участь у здійсненні процесу товароруху і товарних потоків (організація роздрібною торгівлі; багаточисленні фірми, які займаються посередницькою діяльністю; організації громадського харчування, заготівельні; збутові кооперативи; товарні біржі та ін.).

Забезпечувальна інфраструктура може бути представлена суб'єктами, які непрямо сприяють руху товарних мас і потоків, підвищуючи ефективність процесу товароруху. Це – фінансова та банківська системи; рекламні, маркетингові та консалтингові агентства; система страхування господарських ризиків; логістики, аудиторські компанії та ін.

До функціональної інфраструктури належать суб'єкти, які прискорюють процес руху продукції на ринку, важливість якої впливає з особливостей товару – свіжих овочів, унаслідок великого обсягу їх одночасних продажів і швидкопливного характеру (організації, що здійснюють навантаження, транспортування і реалізацію овочів та продуктів їх переробки та ін.).

До контролюючої інфраструктури слід віднести суб'єкти, які забезпечують здійснення товарних операцій юридичного, фінансового та економічного контролю над ними (податкова та митна системи, система сертифікації та ліцензування діяльності і т. д.).

Вважаємо, що для ринку свіжих овочів, на відміну від продуктів їх переробки, характерною є слабка розвиненість, а в окремих випад-



ках і повна відсутність суб'єктів інфраструктури, віднесених нами у забезпечувану групу, як от: рекламні, маркетингові та консалтингові агентства, система логістики, аудиторські компанії та ін.

На основі узагальнення специфіки овочевої продукції та її товароруху нами визначено особливості овочевого ринку, а саме: відносно низька еластичність на овочі, коли зміна ціни на продукцію недостатньо відображається на рівні попиту на неї; високими затратами виробництва, пов'язаних із широтою і диференціацією асортименту продукції, високим рівнем затрат та їх залежністю від регіональних особливостей, видів продукції та способами їх виробництва; рівнем розвитку інфраструктури, що включає ряд об'єктів, підприємств та інститутів, які сприяють здійсненню ринкових угод.

Необхідно зазначити, що кожен товарний ринок має власні особливості товароруху, які визначають характер діяльності з планування, організації та контролю за фізичним переміщенням товарів від місць виробництва до місць споживання. Учасниками товароруху на ринку овочевої продукції є:

1) суб'єкти сільського господарства, які виробляють овочі та формують пропозицію овочів на споживчому та промисловому ринках, представлених крупними сільськогосподарськими підприємствами, агрофірмами, кооперативами, фермерськими господарствами та особистими селянськими господарствами;

2) суб'єкти овочепереробної промисловості, які формують пропозицію овочевої продукції;

3) суб'єкти виробничої інфраструктури, які виконують завдання з трансформації потенційної споживчої вартості у реальну, шляхом первинної обробки, транспортування, заготівлі та зберігання;

4) суб'єкти ринкової інфраструктури, які виконують функцію доведення готової продукції до продажу споживачам, включають підприємства оптової та роздрібною торгівлі.

Загальна схема товароруху овочів представлена на рис. 2.

Система товароруху забезпечується довірними відносинами підприємств та організацій, які закупають продукцію, формують товарні партії та потоки, а також забезпечують просунення цієї продукції від товаровиробника до споживача. На нашу думку, необхідно виділити декілька рівнів економічних взаємовідносин між продавцями та покупцями.

Так, перший рівень, можна назвати вертикальним: товаровиробник (або імпортер) – оптовий заготівельник, товаровиробник – сфе-

ра переробки та зберігання, товаровиробник – роздрібною торгівля та громадське харчування, товаровиробник – державні установи.

Другий рівень – горизонтальний (між посередниками): система переробки та зберігання – оптова ланка – роздрібною торгівля, система переробки та зберігання – оптова ланка – державні установи.

Третій рівень, це – відносини усіх посередників (заготівельних організацій, оптових та роздрібних організацій, системи переробки та зберігання овочів) із кінцевими споживачами.

Процес купівлі-продажу супроводжується навантаженням, транспортуванням, розвантаженням овочевої продукції, тобто здійснюється із залученням об'єктів розподільчої логістики. У зв'язку з цим невід'ємними складовими ефективною роботи будь-якого складового елементу логістичної інфраструктури є розробка ринкової стратегії і тактики партнерів по збуту, узгодження їх економічних інтересів, доступ до повної релевантної інформації про ринок овочів та динаміку попиту на продукцію. Нині більшість із вищезазначених умов не виконуються, насамперед, відсутня узгодженість партнерів, а сільськогосподарські товаровиробники, які вирощують овочі, відчують труднощі.

Зазначимо, що перехід до гнучкого ринкового механізму для всіх аграрних ринків є досить складним та повільним. Саме труднощі зі збутом вирощеної продукції стримують зростання виробництва сільськогосподарської продукції. Окрім того, прояв диспаритету цін, неплатежі, недоступність позичкових ресурсів, необґрунтоване скорочення державного фінансування та інші причини досі продовжують створювати перепони щодо створення умов та передумов до економічного зростання у галузі овочівництва.

Окрім того, дослідження переконують, що для вітчизняного ринку овочевої продукції характерними є висока залежність пропозиції від погодних умов, що обмежує можливості контролю товаровиробниками обсягів та якості продукції; незадовільний та нерівномірний (сезонний) попит на продукцію; низький рівень розвитку ринкової інфраструктури, зокрема, об'єктів розподільчої логістики; висока концентрація потенційних споживачів овочів у містах; труднощі у встановленні рівноважних цін на ринку через вплив тінювих структур (перекупників); слабка інформованість учасників ринку про можливих контрагентів, коливання цін, економічно доцільні канали збуту, форми кооперації; прояви демпінгової політики, яка проводиться імпортерами продовольства на вітчизняному ринку овочів та ін.

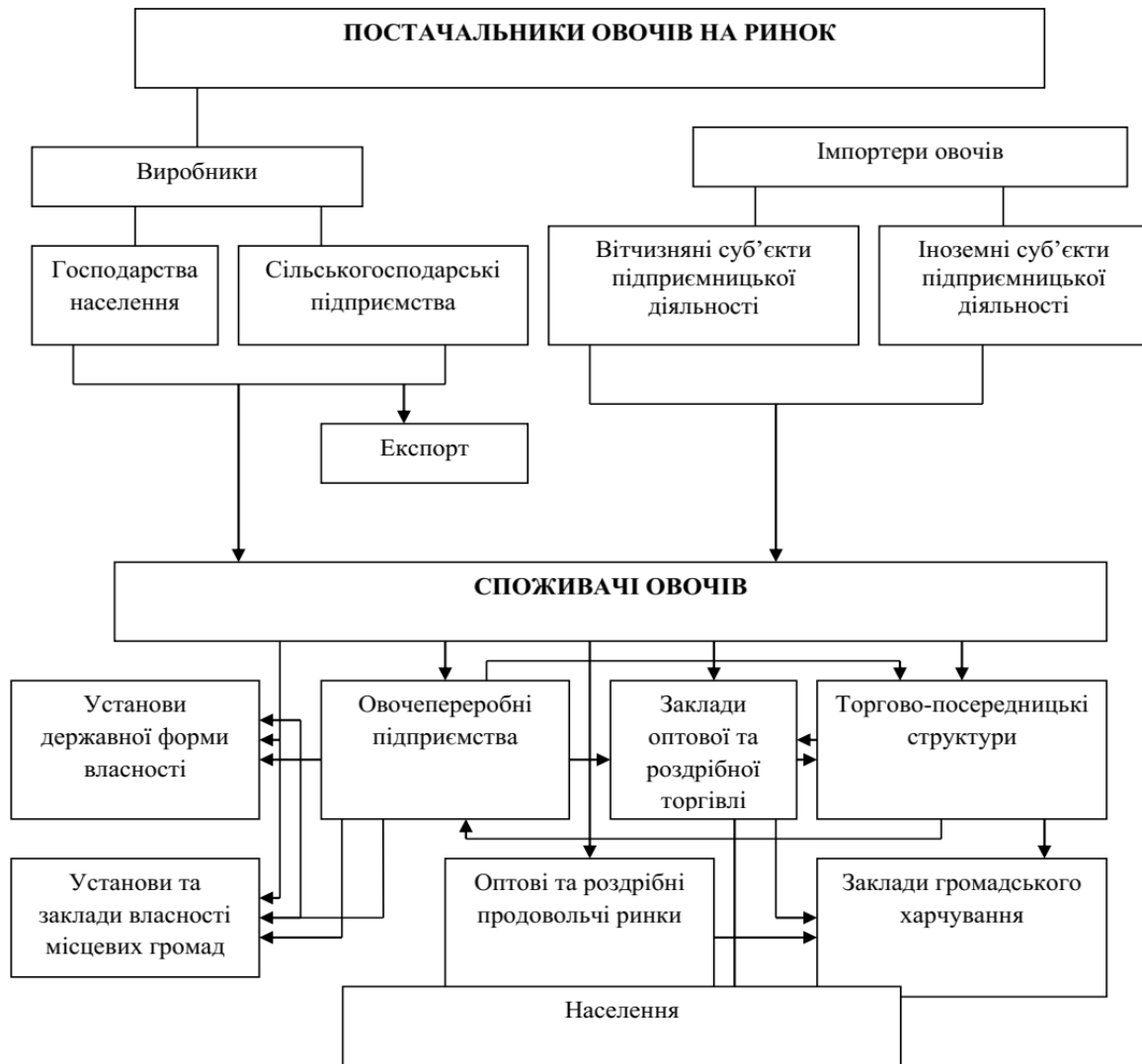


Рис. 2. Схема товароруху продукції на ринку овочевої продукції.

Джерело: розроблено автором.

За таких умов в окремих випадках роздрібні продавці змушені купувати овочеву продукцію у неорганізованих посередників (перекупників) – приватних осіб або спеціалізованих фірм, що значно здорожчує продукцію. Окрім того, у випадку, якщо велика оптова мережа купує овочеву продукцію у безпосередніх сільськогосподарських товаровиробників, особливо у періоди сезону урожаю, то формує надзвичайно кабальні умови договору: низькі ціни; здійснення розрахунку за поставлену продукцію за умови її повного продажу, внаслідок чого ризики з псування продукції несе товаровиробник та ін.

Отже, функціонування та розвиток ринку овочів безпосередньо пов'язано з організацією виробництва, розробкою раціональних схем товароруху, удосконаленням технології переробки, комплексним використанням усіх складових частин продукту, що поставляється, вибором економічних варіантів доставки для кожного виду продукції, що сприятиме мінімізації затрат на транспортування, зберігання, а також удосконаленням системи економічних взаємовідносин між суб'єктами ринку.

Економічні відносини між суб'єктами ринку овочевої продукції нами розглядаються як цілісна система взаємодії господарюючих

суб'єктів з виробництва, розподілу, обміну та споживання, що спрямовано на досягнення високих кінцевих результатів та проявляється через конкретні виробничі, економічні та організаційні зв'язки між ними.

У сфері виробництва овочів нині визначилися наступні основні суб'єкти; спеціалізовані та неспеціалізовані колективні підприємства, селянські фермерські господарства, особисті селянські господарства. В цілому перелічені суб'єкти представляють усі існуючі в країні форми власності та господарювання. Зазначимо, що в дореформенний період основне виробництво овочів було сконцентровано у середніх та великих сільськогосподарських підприємствах. Однак, унаслідок ринкових трансформацій ситуація в овочівництві різко змінилася, основними товаровиробниками стали особисті селянські господарства та малі фермерські господарства.

Зазначимо, що перехід до ринкових відносин для більшості овочівницьких підприємств став катастрофічним, оскільки вони опинилися в умовах повної відсутності державної підтримки, у складному фінансовому стані, з низьким платоспроможним попитом населення та підприємств харчової промисловості. На перших етапах аграрної реформи держава вважала, що фермерство вирішить продовольче забезпечення, чого не відбулося внаслідок прояву різних обмежувальних чинників політичного, економічного та, головне, психологічного характеру. Саме тому більшість населення країни змушена була перейти на самозабезпечення овочевою продукцією, і мало того, особисті селянські господарства стали основними постачальниками її на ринок.

Відомо, що в останні роки пріоритетами державної підтримки є великі форми господарювання, у т. ч. ті, що входять до систем горизонтальної та вертикальної інтеграції. Однак, значна частина трудомістких та низькоприбуткових видів сільськогосподарського виробництва, до яких належить овочівництво, припадає на малі форми агробізнесу [50]. До цієї категорії відносять особисті селянські господарства, селянські фермерські господарства, сільськогосподарські кооперативи, які поки що у країні внаслідок різних причин не отримали відповідного розвитку.

Очевидно, що для суб'єктів аграрного виробництва, і, відповідно, овочевого підкомплексу, одержання максимального прибутку не є основною задачею, що зумовлено його соціальною орієнтацією. Саме із урахуванням цього може бути досягнуто реалізацію принципів сталого розвитку сільського господарства не

лише у короткостроковому періоді, а й у довгостроковій перспективі.

За даними Державної служби статистики України, у 2021 р. загальна посівна площа під овочевими культурами становила 3320,1 тис. га, з них: 1283,1 тис. га – під картоплею, 452,8 тис. га – овочами відкритого ґрунту (помідори, капуста, огірки, цибуля та ін.), 46,2 тис. га – під баштаними культурами, 1538 тис. га – під кормовими овочами. Відомо, що частка овочів в експорті аграрної продукції становила у 2020 р. лише 0,5 % (528 тис. т), а виручка склала 167 млн дол США. У цей період спостерігається також зростання обсягів та частки імпорту овочів, у 2020 р. – до 516 тис. т, або 167 млн дол США.

Щодо споживання овочів населенням, то середньомісячна їх потреба в Україні складає 6 кг картоплі на особу та 8,7 кг інших овочів, включаючи баштани. Визначено, що в сільській місцевості овочів споживають більше (9,2 кг, ніж в міській - 8,5 кг). Вважаємо, що за умови поширення культури здорового харчування серед населення показники середньомісячного споживання овочів будуть зростати за умови підвищення купівельної спроможності споживачів. Безперечно, що це складно забезпечити в умовах війни в Україні, однак сільське населення регіонів, яке не перебуває під окупацією, збільшить обсяги виробництва овочів та картоплі для власного споживання.

В умовах воєнного стану у країні розірвано ланцюги поставок овочів на внутрішній ринок, що зумовлює його розбалансованість. Ця ситуація впливатиме й на формування попиту та пропозиції на ринку овочевої продукції в короткостроковому періоді внаслідок скорочення посівних площ (за оцінкою експертів – до 40 % у зонах бойових дій). Середні втрати посівних площ під овочами у 2022 р., орієнтовно, сягають 16,3 % [23]. Очевидно, що вплив чинника воєнного стану в країні впливатиме на функціонування ринку овочів та вимагатиме розробки дієвих інструментів регулювання в напрямку забезпечення внутрішніх потреб населення країни овочевою продукцією.

**Висновки.** Отже, ринок овочевої продукції представляє собою сукупність підприємств сільського господарства, консервної промисловості та об'єктів ринкової інфраструктури, які здійснюють виробництво, переробку, транспортування, зберігання та реалізацію овочевої продукції, об'єднаних спільною задачею – задоволення потреб населення країни у високоякісній овочевій продукції, згідно з раціональними нормами харчування та споживчим попитом.

Стан попиту та прозиції на ринку овочевої продукції визначається впливом особливостей галузі овочівництва та купівельної поведінки споживачів. Так, овочівництво є найбільш трудомісткою галуззю сільськогосподарського виробництва, яка відіграє важливу роль у забезпеченні населення країни продуктами харчування, що мають високу біологічну цінність. В умовах воєнного стану ланцюги постачання овочевої продукції, особливо ранніх овочів, розірвані, особливо ранніх овочів, постачання яких забезпечували товаровиробники південних регіонів країни.

Функціонування ринку овочів характеризується наступними умовами: ринок овочевої продукції уособлює систему купівлі-продажу зі своєю ієрархією та структурою; основою ринкової діяльності є обмін товарами, який відбувається на основі раціонального поєднання інструментів ринкового саморегулювання та державного регулювання; у процес купівлі-продажу вступають суб'єкти ринку – продавці та покупці; об'єктом процесу купівлі-продажу є овочева продукція.

Формування споживчого попиту на ринку овочевої продукції відбувається під впливом диференціації доходів, відставанням норм середньомісячного споживання овочів міським населенням від величини споживання сільським населенням; сезонністю споживання свіжих овочів. Особливість функціонування ринку овочів у нинішніх умовах визначається наступними характеристиками: для вітчизняного ринку овочевої продукції характерними є скорочення прогнозних обсягів товарної пропозиції через воєнний стан; висока залежність пропозиції від змін погодних умов; незадовільний та нерівномірний (сезонний) попит на продукцію; низький рівень розвитку ринкової інфраструктури; висока концентрація потенційних споживачів овочів у містах; вплив тіньових структур (перекупників) на рівень цін; слабка інформованість учасників ринку та ін.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. FAO. The impact of disasters and crises on agriculture and food security: 2021. Rome. 211 p. URL: <http://www.fao.org/documents/card/en/c/cb3673en> (дата звернення: 01.08.2022).
2. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. 2022. URL: <https://doi.org/10.4060/cc0639en> (дата звернення: 02.08.2022).
3. FAO. Ukraine: Note on the impact of the war on food security in Ukraine. Rome. 2022. 14 p. URL: <https://doi.org/10.4060/cb917en> (дата звернення: 01.08.2022).

4. Захарчук О. В. Світовий ринок овочів та місце України. Агросвіт. 2018. № 3. С. 3–7.

5. Khan M. K., Zhao X., Akram U., Hashim M. 2017. Crowdfunding: An Innovative Approach to Start Up with Entrepreneurship. Proceedings of the Tenth International Conference on Management Science and Engineering Management, Advances in Intelligent Systems and Computing. URL: [https://doi.org/10.1007/978-981-10-1837-4\\_106](https://doi.org/10.1007/978-981-10-1837-4_106) (дата звернення: 02.08.2022).

6. Tende G. I., Aburada H., Yamada H., Katayama T. 2022. Proposal for a blockchain based agricultural input voucher system. Artificial Life and Robotics. URL: <https://doi.org/10.1007/s10015-021-00724-9> (дата звернення: 01.08.2022).

7. Сало І. А. Розвиток ринку овочів в Україні. Економіка АПК. 2021. № 2. С.41-48.

8. Рожко Н. Я., Шинкаренко Н. В., Таранський І. П. Останні тренди ринку овочів та фруктів. Вчені записки Таврійського національного університету імені І. В. Вернадського. Економіка і управління. 2019. Т. 30 (89), № 6 (1). С. 30-34.

9. Бочко О. Ю., Рожко Н. Я. Ціна як основний чинник кластерного аналізу ринку овочів та фруктів. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економічні науки. 2020. № 1 (97). С. 48-55.

10. Які тренди визначають розвиток світової торгівлі овочами. URL: <https://sapienza.media/tpost/3lhihax2e1-yak-trendi-viznachayut-rozvitok-svtovo-t> (дата звернення: 02.08.2022).

11. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 14th Edition, Pearson Education. 2012. Available at [https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler\\_keller\\_-\\_marketing\\_management\\_14th\\_edition.pdf](https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf) (дата звернення: 14.07.2022).

12. Долан Э. Дж. Рынок: микроэкономическая модель. Пер.с англ. В. Лукашевич. Москва. 1996. 496 с.

13. Макконнелл К., Кемпбелл Р. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика. 1997. Просвіта. Ч. 1: Макроекономіка, 671 с.

14. Jevons W. St. Money and the Mechanism of Exchange. Palala Press, 2016. 374 p.

15. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text> (дата звернення: 02.08.2022).

16. Трокоз Ю. В. Економічна суть, зміст ринку агропродовольчої продукції та практичні рекомендації щодо стимулювання зростання АПК. Економіка та держава. 2017. № 8. С. 99-104.

17. Кирилюк Є. М. Аграрний ринок як економічна категорія: сутнісні ознаки й особливості. Агросвіт. 2011. № 12. С. 2-10.

18. Остапенко С. Теоретичні основи розвитку агропродовольчого ринку України. Економічний аналіз. 2021. Т. 31, № 3. С. 43-51. URL: <https://doi.org/10.35774/есона2021.03.043> (дата звернення: 03.08.2022).

19. Хахула Б. В. Теоретичні основи функціонування і розвитку агропродовольчих ринків в умовах

посилення глобалізаційних процесів. Економіка та держава. 2018. № 10. С. 76–80. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2018.10.76> (дата звернення: 02.08.2022).

20. Самойлик Ю. Концептуальна сутність і структура агропродовольчого ринку. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2016. Том. 2, № 4. С. 161-173.

21. Эдельштейн В. И. Овощеводство. 1962. Москва, 1962.

22. Яровий Г., Романов О. Овочівництво: навч. посіб. 2017 Харків, 2017. 374 с.

23. Овочі в умовах війни: планове виробництво, посівні площі, залишки. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1282-ovochi-v-umovah-viyni-planove-virobnitstvo-posivni-ploschi-zalishki> (дата звернення: 03.08.2022).

### REFERENCES

1. FAO. (2021). The impact of disasters and crises on agriculture and food security: 2021. Rome. 211 p. Available at: <http://www.fao.org/documents/card/en/c/cb3673en> (Accessed 01 August 2022).

2. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. (2022). The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. 2022. Available at: <https://doi.org/10.4060/cc0639en> (Accessed 02 August 2022).

3. FAO. (2022). Ukraine: Note on the impact of the war on food security in Ukraine. Rome. 2022. 14 p. Available at: <https://doi.org/10.4060/cb917en> (Accessed 01 August 2022).

4. Zakharchuk, O. V.. Svitovyy rynek ovochiv ta misce Ukrainy [The world market of vegetables and the place of Ukraine]. *Agrosvit*. [Agroworld]. 2018, no. 3. pp. 3-7.

5. Khan, M. K., Zhao, X., Akram, U., Hashim, M. (2017). Crowdfunding: An Innovative Approach to Start Up with Entrepreneurship. *Proceedings of the Tenth International Conference on Management Science and Engineering Management, Advances in Intelligent Systems and Computing*. Available at: [https://doi.org/10.1007/978-981-10-1837-4\\_106](https://doi.org/10.1007/978-981-10-1837-4_106) (Accessed 02 August 2022).

6. Tende, G. I., Aburada, H., Yamada, H., Katayama, T. (2022). Proposal for a blockchain based agricultural input voucher system. *Artificial Life and Robotics*. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10015-021-00724-9> (Accessed 01 August 2022).

7. Salo, I. A. Rozvytok rynku ovochiv v Ukraini [Development of the vegetable market in Ukraine]. *Ekonomika APK* [Economy of agro-industrial complex]. 2021, no. 2. pp.41-48.

8. Rozhko, N. Ya., Shinkarenko, N. V., Taranskyi, I. P. Ostanni trendy rynku ovochiv ta fruktiv [The latest trends in the vegetable and fruit market]. *Vcheni zapysky Tavrijskogo nacionalnogo universytetu imeni I.V. Vernadskogo. Ekonomika i upravlinnya* [Academic notes of the Tavri National University named after I.V. Vernadskyi. Economics and management]. 2019, vol. 30 (89), no. 6 (1), pp. 30-34.

9. Bochko, O. Yu., Rozhko, N. Ya. Cina yak osnovnyy chynnnyk klasterного analizu rynku ovochiv ta fruktiv [Price as the main factor of the cluster analysis of the vegetable and fruit market]. *Naukovyj visnyk Poltavskogo universytetu ekonomiky i torgivli. Ekonomichni nauky* [Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade. Economic sciences]. 2020, no. 1 (97), pp.48-55.

10. Yaki trendy vyznachayut rozvytok svitovoyi torgivli ovochamy [What trends determine the development of world trade in vegetables] Available at: <https://sapienza.media/tpost/3lhihax2e1-yak-trendiv-vyznachayut-rozvitok-svtovo-t> (Accessed 02 August 2022).

11. Kotler, P., Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition, Pearson Education. Available at [https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler\\_keller\\_-\\_marketing\\_management\\_14th\\_edition.pdf](https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf).

12. Dolan, E.J. (1996). *Rynok: mykroekonomychna model* [Market: microeconomic model]. Moskva [Moscow]. 496 p.

13. McConnell, K., Campbell, R. (1997) *Analitichna ekonomiya: pryncypy, problemy i polityka* [Analytical Economics: Principles, Issues, and Policy]. Prosvita. 671 p.

14. Jevons W. St. (2016). *Money and the Mechanism of Exchange*. Palala Press, 374 p.

15. *Zakon Ukrainy Pro derzhavnu pidtrymku silskogo gospodarstva Ukrainy»* [Law of Ukraine «On State Support of Agriculture of Ukraine] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text> (Accessed 02 August 2022).

16. Trokoz, Yu. V. Ekonomichna sut, zmist rynku agroprodovolchoyi produkciyi ta praktychni rekomendaciyi shhodo stymulyuvannya zrostannya APK [Economic essence, content of the market of agro-food products and practical recommendations for stimulating the growth of agro-industrial complex]. *Ekonomika ta derzhava*. [Economy and the state], 2017, no. 8, pp. 99-104.

17. Kirilyuk, E. M.. *Agrarnyj rynek yak ekonomichna kategoriya: sutnisni oznaky j osoblyvosti* [Agrarian market as an economic category: essential features and peculiarities] *Agrosvit* [Agroworld], 2011, no. 12, pp. 2-10.

18. Ostapenko, S. *Teoretychni osnovy rozvytku agroprodovolchogo rynku Ukrainy* [Theoretical foundations of the development of the agro-food market of Ukraine]. *Ekonomichnyj analiz*. [Economic analysis], 2021, vol. 31, no. 3, pp. 43-51. Available at: <https://doi.org/10.35774/econa2021.03.043> (Accessed 03 August 2022).

19. Khakhula, B. V. *Teoretychni osnovy funkcionuvannya i rozvytku agroprodovolchych rynkiv v umovax posylennya globalizacijnyh procesiv* [Theoretical foundations of the functioning and development of agro-food markets in the conditions of increased globalization processes]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and the state], 2018, no. 10, p.p. 76-80. Available at: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2018.10.76> (Accessed 02 August 2022).

20. Samoilik, Y. Konceptualna sutnist i struktura agroprodovolchogo rynku. [Conceptual essence and structure of the agro-food market]. Agricultural and resource economics: international scientific e-journal, 2016, vol. 2, no. 4, pp. 161-173.

21. Edelshtein, V. I. (1962). Ovoshhevodstvo [Vegetable growing]. Moskva [Moscow].

22. Yarovy, H., Romanov, O. (2017). Ovocivnyctvo [Vegetable growing]. Kharkiv, 374 p.

23. Ovochi v umovax vijny: planove vyrobnyctvo, posivni ploshhi, zalyshky [Vegetables in the conditions of war: planned production, sown areas, residues]. Available at: <https://kurkul.com/spetsproekty/1282-ovochi-v-umovah-viyni-planove-virobnitstvo-posivni-ploschi-zalishki> (Accessed 03 August 2022).

### Theoretical aspects of the market functioning of vegetable products and its features

#### Borshchik V.

The article examines the theoretical principles of the market functioning of vegetable products and highlights its features in the conditions of martial law. The important role of the vegetable market in ensuring food security, generating income for small agricultural producers, etc. is argued. In general, the market is considered as a set of interests and actions of real and potential buyers, as well as the conditions under which the exchange is carried out. It is substantiated that the agricultural market has a rather complex structure and represents a set of markets that serve all aspects of agricultural production, is a dynamic system of economic relations.

It has been proven that the market of fresh vegetables consists of numerous submarkets characterized by perfect competition. It is highlighted that intra-branch, perfect (pure) and monopolistic competition is characteristic of the specialized vegetable market. The features of the production process of growing, processing, and storing vegetable products are highlighted, which

affect the specifics of the functioning of the vegetable market.

The biological and economic characteristics of the classification of vegetable crops were systematized and their main groups were identified, on the basis of which the elements of the vegetable market infrastructure were characterized, namely system-forming, providing, functional and controlling. The peculiarities of the vegetable market are summarized, namely: low elasticity of demand; high production costs; wide differentiation of the range of vegetables, local nature of satisfaction of consumer demand; a higher level of average monthly consumption by the rural population; commodity producers are private peasant farms and small agricultural enterprises, reduction of forecast volumes of commodity supply in the conditions of martial law; high dependence of supply on changes in weather conditions; seasonal demand for products; low level of market infrastructure development; high concentration of potential consumers of vegetables in cities; influence of intermediaries on the price level; weak awareness of market subjects.

It is substantiated that the economic relations between the subjects of the market of vegetable products are formed on the basis of the interaction of economic subjects in the production, distribution, exchange and consumption of vegetables, which is aimed at achieving high final results and is manifested through specific production, economic and organizational ties between them.

The author's definition of the market of vegetable products is a set of agricultural enterprises, canning industry and market infrastructure objects that carry out the main business processes and pursue the full satisfaction of the population's needs for high-quality vegetable products in accordance with rational nutrition standards and consumer demand.

**Key words:** market of vegetable products, demand, supply, market infrastructure, market structure, product traffic.



Copyright: Борщик В.М. © This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.



ORCID iD:  
Борщик В.М.

<https://orcid.org/0000-0001-9357-4000>