

Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and World Economy. — 2016. — Voice over 10 (2). — P. 29-32.

7. Okhrimenko I.V. Methodical bases of estimation of reserves for increasing the economic efficiency at the enterprise / I.V. Okhrimenko // Collection of scientific works of Taurian state agrotechnological university (economic sciences). — 2013. — No. 2 (3). — pp. 248-259.

8. Pinyaga N. Improving the efficiency of using the potential of enterprise resources in modern economic conditions / N. Pinyaga // Visnyk of Lviv National Agrarian University. Ser: Economics of agroindustrial complex. — 2013. — No. 20 (1). — P. 485-488.

9. Rybalko S. V. Organizational and economic principles of increasing the efficiency of using the resource potential of the agrarian sector / S.V. Rybalko // Economy and region. — 2012. — No. 3. — P. 70-74.

10. Shkuratov, OI. Directions of increase of efficiency of use of natural resource potential of agrarian enterprises / O. I. Shkuratov // Balanced natural resources: scientific and practical journal. — 2014 — N 1. — P. 74—78.

Стаття надійшла до редакції 29.08.2017 р.

УДК: 338.516

**О.Ю. Старіков**, к.е.н., доцент  
кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО РИНКУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО**

## **AGRICULTURAL MARKET INFRASTRUCTURE EFFICIENCY AND ITS IMPACT ON AGRICULTURE**

**O. Yu. Starikov**, Ph.D., Associate Professor  
of the Department of Agribusiness Economics and Management,  
State Higher Educational Establishment «Vadym Hetman  
Kyiv National Economic University»

**АНОТАЦІЯ.** Запропоновано виділяти технічну і цінову ефективність інфраструктури аграрного ринку. Технічна ефективність відображає рівень витрат на одиницю продукції при її проходженні маркетинговим ланцюгом. Цінова ефективність показує як швидко і точно ринкові ціни реагують на зміни в споживчому попиті і надходять до виробників, а також наскільки вони узгоджені між ринками і ланками руху продукту. Визначено механізм впливу інфраструктури аграрного ринку на сільське господарство. З'ясовано, що підвищення ефективності інфраструктури аграрного ринку

України за експортної ситуації сприяє розвитку аграрного сектору через вищі ціни виробників на аграрну продукцію.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інфраструктура аграрного ринку, ефективність інфраструктури аграрного ринку, маркетингові витрати, експортна ситуація.

**ANNOTATION.** The technical and price efficiency of the agricultural market infrastructure are distinguished. Technical efficiency reflects the level of costs per unit of product when it passes through the marketing chain. Price effectiveness shows how fast and precisely market prices react to changes in consumer demand and go to producers, as well as how they are coordinated between markets and product chain links. The mechanism of influence of the agricultural market infrastructure on agriculture is considered. It was found that the efficiency of agricultural market infrastructure in Ukraine under the export situation helps to develop the agricultural sector due to higher producers' prices for agricultural products.

**KEY WORDS:** agricultural market infrastructure, agricultural market infrastructure efficiency, marketing costs, the export situation.

Роль аграрного сектору в українській економіці є значною і, згідно наявних прогнозів, обсяги виробництва і експорту аграрної продукції будуть продовжувати зростати, оскільки Україна має ряд порівняльних переваг, зокрема родючість землі, клімат і доступ до ринків Північної Африки, Близького Сходу і Європи.

Проте, за твердженням багатьох експертів, розвиток галузі стримується недосконалістю інфраструктури аграрного ринку. Для того, щоб з'ясувати чи дійсно це так і якою мірою, актуальним постає питання оцінки ефективності інфраструктури аграрного ринку та визначення його впливу на аграрний сектор країни.

Дослідженню інфраструктури аграрного ринку присвячені роботи таких вітчизняних дослідників, як О.В. Боднар, П.І. Гайдучького, О.С. Головачової, М.Я. Дем'яненка, Є.М. Кирилюка, Ю.С. Коваленка, Н.Г. Копитець, М.Ф. Кропивка, Л.М. Левківської, М.Й. Маліка, О.В. Нів'євського, І.В. Охріменка, П.Т. Саблука, М.О. Солодкого, Р.П. Смоленюка, О.О. Шмиги, О.Г. Шпикуляка, О.М. Шпичака, І.І. Червена, В.В. Юрчишина та інших. Значну увагу питанням розвитку ринкової інфраструктури приділили зарубіжні дослідники: Р. Йохімсен, А. Хіршман, К. Барретт, І. Кроуфорд, М. Крайсберг, Б. Гудвін, Ш. фон Крамона-Таубадель та інші.

В Україні увага дослідників приділяється переважно з'ясуванню суті інфраструктури аграрного ринку і стану її розвитку, функціонуванню окремих її елементів, а також державній політиці розвитку інфраструктури ринку. Проте, питання ефективно-

сті інфраструктури аграрного ринку та її впливу на сільське господарство знаходяться у стадії розробки або є дискусійними.

**Метою** даної публікації є розгляд суті ефективності інфраструктури аграрного ринку, видів ефективності ринкової інфраструктури та її впливу на сільське господарство. Як тільки буде з'ясовано суть ефективності інфраструктури і витрати, що на неї впливають, тоді можна буде розробляти заходи по підвищенню ефективності системи ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Інфраструктуру аграрного ринку можна визначити як сукупність видів діяльності, які надають учасникам аграрного ринку послуги або виконують роботи, що забезпечує функціонування аграрного ринку і створює рівні умови діяльності на ньому.

Багато досліджень інфраструктури аграрного ринку і товарного ринку взагалі відносять до елементів інфраструктури окремі підприємства (компанії, фірми), а не види діяльності. Даний підхід є некоректним, тому що окремі підприємства можуть здійснювати діяльність у різних сферах і мати відношення до інфраструктури товарного ринку лише частково або взагалі не виконувати відповідних функцій.

Інфраструктура аграрного ринку передбачає організаційну (інституції) і матеріальну (активи) складову таких видів діяльності:

- біржова торгівля сільськогосподарською продукцією;
- оптова і роздрібна торгівля, громадське харчування;
- комерційно-посередницька (у т.ч. агентська) діяльність;
- проведення сільськогосподарських аукціонів, виставок і ярмарків;
- інформаційне забезпечення учасників ринку (включаючи збір і поширення ринкової інформації, проведення досліджень, консультування тощо);
- транспортування і зберігання аграрної продукції;
- контроль якості і безпечності продукції;
- сертифікація, документальне оформлення перевезень і торгівельних операцій;
- регулювання діяльності учасників аграрного ринку.

Виділення матеріальної й інституційної інфраструктури є важливим для розуміння її функціонування та розвитку [7, с. 13]. Наголосимо, що некоректним є віднесення до інфраструктури аграрного ринку банків, фінансових компаній і установ, лізингових компаній. Дані організації дійсно забезпечують проведення розрахункових операцій між учасниками ринку або надають інші

послуги, але самі не забезпечують здійснення аграрним ринком його функцій. Вони є складовим інфраструктури, відповідно, фінансового ринку.

Інфраструктура створює умови і надає послуги для забезпечення руху товарів за маркетинговим ланцюгом від первинного виробника до кінцевого споживача (товарообіг), а також забезпечення зворотного зв'язку від споживача до виробника у формі передачі інформації про ціни на різних етапах руху продукції і на різних ринках для регулювання процесів виробництва і продажу (обмін ціновою інформацією) [6, с. 48]. Ринок сам по собі не доставляє фрукти від господарства до покупця у міський супермаркет, а конкретні організації, що здійснюють торгівлю і транспортування. Не ринок надає інформацію зерновим трейдерам про ціни і обсяги зміни попиту і пропозиції на світових ринках, а конкретні аналітичні і інформаційні агенції.

Відповідно, ефективність інфраструктури можна оцінювати через ефективність функціонування ринку. Ефективною буде така ринкова інфраструктура, яка спроможна виконувати свої функції (рис. 1) з низькими витратами, що показує різниця цін.

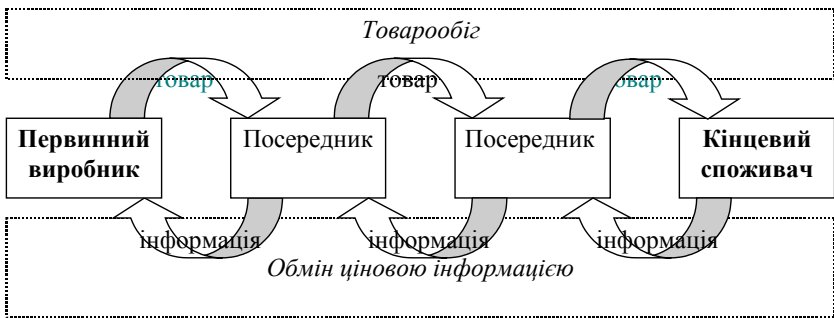


Рис. 1. Функції інфраструктури аграрного ринку

Джерело: [4, с.561]

Окремі дослідники не розглядають відповідні функції інфраструктури, тому виникають труднощі визначення підходів до оцінки її ефективності. Так, якщо одні пропонують оцінку ефективності інфраструктури ринку здійснювати через полісистемний підхід як вплив на сільське господарство, споживачів та обсяги торгівлі і споживання продукції [1, с. 41], то інші — через показ-

ники, що відображають обсяг і структуру товарообігу, але не ефективність самої інфраструктури [2, с. 50–55].

Ефективність — це співвідношення витрат і результату функціонування інфраструктури ринку у натуральному або вартісному виразі. Відповідно до функцій, можна виділити дві форми ефективності інфраструктури аграрного ринку: технічну і цінову.

Технічна ефективність відображає рівень витрат на одиницю продукції при проходженні товару по всьому маркетинговому ланцюгу від виробника до кінцевого споживача або по його частині. Такі витрати назвемо маркетинговими (ринковими) і вони виникають незалежно від того хто цю діяльність здійснює — сам аграрний виробник, збутовий кооператив, експортер, компанія оптової чи роздрібної торгівлі.

Прикладом технічної ефективності є витрати на доставку овочів з поля і продаж їх на продовольчому ринку в місті або ж витрати на доставку зерна від виробника (EXW) на борт судна в порту в Одесі (FOB). Витрати в даному випадку формуються в першу чергу матеріальною інфраструктурою ринку, а тому рівень технічної ефективності залежить від рівня її розвитку.

До маркетингових витрат входять такі складові:

- витрати підготовки і пакування продукції;
- навантажувально-розвантажувальні витрати;
- транспортування;
- втрати продукції або зниження якості;
- витрати на зберігання;
- витрати на переробку;
- амортизаційні відрахування;
- сплата відсотків (вартість капіталу);
- реклама;
- витрати на сертифікацію, ліцензування, контроль якості;
- винагороди, комісійні і неофіційні платежі;
- прибуток учасників маркетингового ланцюга.

Маркетингові витрати та їх величина відрізняються залежно від виду продукції. Загальний рівень маркетингових витрат залежить від довжини маркетингового ланцюга, від строку зберігання і рівня переробки продукції. Тобто існує кілька чинників, які окремо або в сукупності визначають рівень таких витрат.

Технічна ефективність підвищується, якщо маркетингові витрати скорочуються, а вихідні роботи і послуги надаються в тому ж або більшому обсязі [6, с. 260]. Також ефективність підвищується, коли при незмінних витратах зростає обсяг робіт і послуг, що надаються.

Раніше було встановлено, що висока вартість інфраструктурних послуг і їх низька якість в Україні, а також ускладнений доступ до окремих активів (портові термінали, вагони-зерновози у пікові періоди) були одним із чинників формування диверсифікованих агрохолдингів. Такі підприємства за рахунок контролю всього ланцюга руху товару отримують суттєву додану вартість і зменшують ризики [3].

Удосконалення технології заготівлі, зберігання, транспортування, переробки, а також зниження тарифів і зборів призводять до скорочення витрат на проходження одиниці продукції маркетинговим ланцюгом, і таке підвищення ефективності інфраструктури можна оцінити у абсолютному або відносному виразі. Підвищення ефективності можна досягнути і за рахунок скорочення часу виконання операцій, підвищення продуктивності, зменшення витрат продукції або збереження її якості.

Цінова ефективність показує наскільки ринкові ціни швидко і точно реагують на зміни в споживчому попиті і надходять до виробників, а також наскільки ціни є узгодженими між ринками і ланками руху продукту від виробника до споживача. За умови цінової ефективності, ціни на різних географічних ринках мають відрізнятися лише на суму транспортних витрат. Аналогічно, різниця в ціні на певний продукт, що знаходиться на зберіганні, у один період часу і в інший має відрізнятися лише на суму витрат на зберігання. І нарешті, ціна на продукт харчування має перевищувати ціну сільськогосподарської сировини лише на вартість переробки.

Цінова ефективність забезпечує регулювання виробництва і розподілу аграрної продукції відповідно до потреб споживачів, оскільки найкращим засобом виміру задоволення потреб споживачів і корисності продукту є ціна, яку покупці готові платити на кожній ланці маркетингового ланцюга. Наприклад, якщо споживачі бажають платити на 1 грн більше за томатний сік, ніж за свіжі томати в розрахунку на 1 кг (із врахуванням витрат на переробку, упаковку, вартість капіталу та інших витрат), то це означає, що виготовлення томатного соку додає 1 грн у формі корисності до свіжих томатів. Таким чином, споживач показує, що більший обсяг томатів має бути перероблений на сік замість того, щоб бути проданим у свіжому вигляді.

Дослідники зазначають, що у випадку неефективної передачі цін по маркетинговому ланцюгу виробники не можуть скористатися вигодами при зростанні цін на споживчому ринку. В той же

час, при зниженні цін виробників, вигоди від цього не отримують споживачі [8, с. 5].

Відсутність цінової ефективності може свідчити про недоліки у функціонуванні організаційної інфраструктури ринку, зокрема, таких її елементів, як системи збору і поширення ринкової інформації, доступ до інформації, регулювання аграрного ринку та діяльності його учасників, але перш за все — досконалість конкуренції.

Технічна і цінова ефективність можуть впливати одна на одну. Так, на ціни на окремих ланках руху продукту впливають не лише маркетингові витрати, а і викривлення передачі ціни. Більше того, навіть якщо ринок має цінову ефективність, то може бути суттєва неефективність його функціонування для суспільства через торгові бар'єри або надто високі витрати на здійснення діяльності [5, с. 19].

Розглядати цінову ефективність інфраструктури потрібно не лише через визначення того, як швидко і точно ціни передаються по маркетинговому ланцюгу, а й між національним і світовим ринками. У більшості випадків саме зміна ціни на світовому ринку впливає на зміну оптової ціни аграрної продукції на національному ринку, а це, в свою чергу, змінює ціну закупівлі продукції на заготівельному ринку (ціна виробника) і ціну на роздрібному ринку (ціна кінцевого споживача) (рис. 2). Це характерно для відкритої ринкової економіки, а також для національних ринків, які не відіграють визначальної ролі на світовому ринку. Саме такою є українська економіка і вітчизняний аграрний ринок.

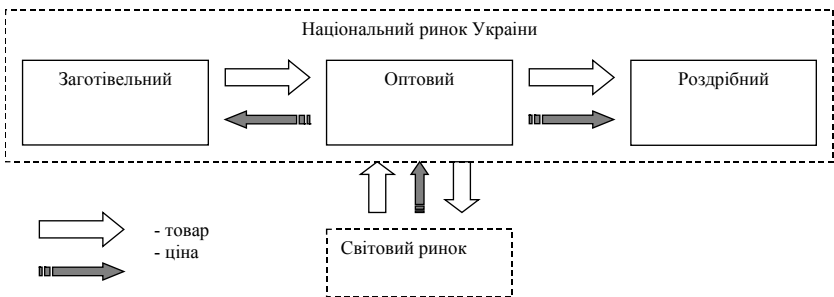


Рис. 2. Рух товарів і передача ціни між видами аграрних ринків в Україні

Джерело: Власне представлення.

Звичайно, ринки різних видів продукції можуть суттєво відрізнятися за своєю реакцією на цінові коливання. Так, ринки, тісно пов'язані із світовим, як ринок олії чи пшениці в Україні, відрізняються від ринків продуктів, експорт чи імпорт яких незначний.

Ефективність інфраструктури аграрного ринку безпосередньо впливає на аграрний сектор через вплив на формування внутрішніх цін на аграрну продукцію на національному ринку, а також на узгодженість цих цін в часі і просторі та між ланками руху продукції. Це визначає конкурентоспроможність галузі, що в свою чергу, має ряд вторинних ефектів: впливає на прийняття інвестиційних рішень аграрними виробниками; на інвестиційну привабливість галузі; на продуктивність, обсяги виробництва і реалізації продукції; на обсяги експорту тощо.

Розглянемо як відбувається вплив ефективності інфраструктури на рівень цін на оптовому аграрному ринку. Оскільки аграрна продукція відноситься до сировинних товарів, то для певного окремого виду аграрної продукції певної якості може скластися або експортна (країна є експортером) або імпортна (країна є імпортером) ситуації. За експортної ситуації оптова ціна на аграрну продукцію буде нижче світової на суму маркетингових витрат. За імпоротної ситуації, навпаки, вище за світову на суму маркетингових витрат. І чим вищі будуть маркетингові витрати (тобто нижча ефективність інфраструктури), тим нижчими будуть ціни на аграрну продукцію на внутрішньому ринку за експортної ситуації і вищими за імпоротної (рис. 3).

За умови цінової ефективності ринку, при підвищенні технічної ефективності інфраструктури аграрного ринку маркетингові витрати на одиницю продукції знижуються, що підвищує внутрішні ціни на національному ринку. На рис.3. показано, що при незмінній ціні світового ринку (взято за 100), за експортної ситуації 1 при рівні маркетингових витрат 30, ціна на внутрішньому ринку буде 70. При підвищенні ефективності інфраструктури ринку вдвічі маркетингові витрати знизяться теж удвічі, таким чином, підвищивши ціни внутрішнього ринку до 85. В окремих перехідних економіках на початку становлення ринкових відносин через високу неефективність інфраструктури ринку аграрної продукції ціни виробників були у 2–4 рази нижчими за світові ціни [7, с. 13].

При імпортній ситуації, оскільки внутрішні ціни включають ціну світового ринку і маркетингові витрати, то зниження маркетингових витрат з 30 до 15 призведе до зниження внутрішніх цін з 130 (імпортна ситуація 1) до 115 (імпортна ситуація 2).



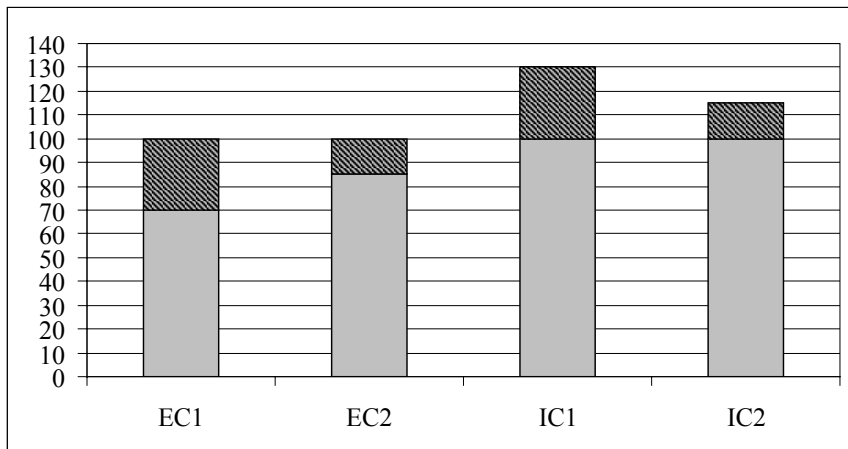


Рис. 3. Вплив ефективності інфраструктури аграрного ринку на рівень цін на національному аграрному ринку.

*Примітка:* Ціна світового ринку = 100; EC1 — експортна ситуація 1, EC2 — експортна ситуація 2, IC1 — імпортна ситуація 1, IC2 — імпортна ситуація 2.

Джерело: Власне представлення.

Оскільки Україна є крупним нетто-експортером аграрної продукції і продуктів її переробки, то зростання ефективності інфраструктури аграрного ринку забезпечує розвиток галузі сільського господарства. Згідно дослідження Світового Банку, Україна може суттєво збільшити доходи аграрного сектору, усунувши 50 % не-ефективності в системі логістичної інфраструктури аграрного ринку у порівнянні з Німеччиною або Францією. За розрахунками, це надасть змогу заощадити 10 дол. у розрахунку на 1 тону експортованого зерна, тобто близько 300 млн дол. на рік [9, с. 10]. Але насправді ефект буде значно вищим, оскільки аграрні виробники отримають вищу ціну за всю реалізовану ними продукцію, а не тільки експортовану за межі країни.

Слід відмітити, що на такі цінові співвідношення впливає не лише інфраструктура аграрного ринку, а й інфраструктура країни в цілому, оскільки вона розуміється як соціальний капітал, що впливає на рівень трансакційних витрат. Вищі інфраструктурні витрати (в тому числі викликані вищими ризиками, гіршим бізнес-середовищем та ін.) також впливають на рівень цін аграрної продукції.

**Висновки.** Можна виділити технічну і цінову ефективність інфраструктури аграрного ринку, виходячи з функцій, які вона виконує. Технічна ефективність відображає рівень витрат на одиницю продукції при проходженні товару маркетинговим ланцюгом або його частиною. Цінова ефективність показує наскільки ринкові ціни швидко і точно реагують на зміни в споживчому попиті і надходять до виробників, а також наскільки ціни є узгодженими між ринками і ланками руху продукту.

Тому не коректно використовувати для оцінки ефективності інфраструктури аграрного ринку показники обсягів виробництва або споживання сільськогосподарської продукції, прибутковості аграрного виробництва, обсяги товарообігу тощо.

При експортній ситуації підвищення ефективності інфраструктури аграрного ринку призводить до підвищення оптових цін на аграрну продукцію на національному ринку за інших рівних умов, що має позитивний вплив на прибутковості, інвестиційну привабливість галузі. Від недорозвиненості інфраструктури аграрного ринку страждають аграрні виробники, знижуються стимули і можливості розвитку сільського господарства України. Розуміння ефективності інфраструктури аграрного ринку та підходів щодо її оцінки дасть можливість обґрунтовувати напрямки її розвитку.

### **Список літератури**

1. Кирилюк Є.М., Кирилюк І.М. Концептуальні засади дослідження інфраструктури аграрного ринку / Є.М. Кирилюк, І.М. Кирилюк // Європейські перспективи. — № 4. — Ч. 3. — 2011. — С. 32–42.
2. Савошенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. / А.С. Савошенко — К.: КНЕУ, 2005. — 336 с.
3. Старіков О.Ю. Рівень розвитку інфраструктури аграрного ринку як чинник формування агрохолдингів / О.Ю. Старіков // Формування ринкової економіки: Збірник наукових праць: спец. вип. — К.: КНЕУ, 2011. — С. 360–367.
4. Старіков О.Ю. Суть і складові елементи інфраструктури аграрного ринку через призму його функцій / О.Ю. Старіков // Формування ринкової економіки. Зб. наук. праць — Спец. вип.: Аграрна економічна освіта в розбудові конкурентоспроможного сільського господарства України. — К.: КНЕУ, 2009. — С. 559–566.
5. Barrett C. Measuring Integration and Efficiency in International Agricultural Markets. Applied Economic Perspectives and Policy, Volume 23, Issue 1, 1 March 2001, Pages 19–32.

6. Crawford I.M. Agricultural and Food Marketing Management / Marketing and Agribusiness Texts M-62. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome. — 1997. — 280 p.

7. Liefert W., Swinnen J. Changes in Agricultural Markets in Transition Economies. Agricultural Economic Report No. 806., USDA. — February 2002 — 32 p.

8. Vavra P., Goodwin B. «Analysis of Price Transmission Along the Food Chain», OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 3, OECD Publishing, Paris. — 2005. — 57 p.

9. World Bank (2015): Shifting into Higher Gear. Recommendations for Improved Grain Logistics in Ukraine. Report No: ACS15163, August 2015. — 36 p.

### **References**

1. Kyrylyuk Ye.M., Kyrylyuk I.M. Kontseptualni zasady doslidzhennya infrastruktury ahramoho rynku (The conceptual framework for the agricultural market infrastructure research )/ YE.M. Kyrylyuk, I.M. Kyrylyuk// Yevropeyski perspektyvy № 4 ch.3, 2011. — S. 32-42. [in Ukrainian]

2. Savoshchenko A.S. Infrastruktura tovarnoho rynku (The commodity market infrastructure): Navch. posib. / A.S. Savoshchenko — K.: KNEU, 2005. — 336 s. [in Ukrainian]

3. Starikov O.Yu. Riven' rozvytku infrastruktury ahramoho rynku yak chynnyk formuvannya ahrokholdynhiv (The level of agricultural market infrastructure development as a factor of the agricultural holdings formation) // Formuvannya rynkovoyi ekonomiky. Zbirnyk naukovykh prats': spets. vyp — K.KNEU, (2011). — S. 360 — 367. [in Ukrainian]

4. Starikov O.Yu. Sut' i skladovi elementy infrastruktury ahramoho rynku cherez pryzmu yoho funktsiy (The nature and components of agricultural market infrastructure through the prism of market functions)// Formuvannya rynkovoyi ekonomiky. Zb. nauk. Prats' — Spets. vyp .: Ahrama ekonomichna osvita v rozbudovi konkurentospromozhnoho sils'koho hospodarstva Ukrayiny. — K. : KNEU, 2009. — S. 559-566. [in Ukrainian]

5. Barrett C. Measuring Integration and Efficiency in International Agricultural Markets. Applied Economic Perspectives and Policy, Volume 23, Issue 1, 1 March 2001, Pages 19–32. [in English]

6. Crawford I.M. Agricultural and Food Marketing Management / Marketing and Agribusiness Texts M-62. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome. — 1997. — 280 p. [in English]

7. Liefert W., Swinnen J. Changes in Agricultural Markets in Transition Economies. Agricultural Economic Report No. 806., USDA. — February 2002 — 32 p. [in English]

8. Vavra P., Goodwin B. «Analysis of Price Transmission Along the Food Chain», OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 3, OECD Publishing, Paris. — 2005. — 57 p. [in English]

9. World Bank (2015): Shifting into Higher Gear. Recommendations for Improved Grain Logistics in Ukraine. Report No: ACS15163, August 2015. — 36 p. [in English]

Стаття надійшла до редакції 06.09.2017 р.

УДК 339.13:635.1/.8:631.544.4-97

**Чайка В. О.**

аспірант кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **РИНОК ТЕПЛИЧНОГО ОВОЧІВНИЦТВА: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

## **GREENHOUSE VEGETABLE MARKET: CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

**V. Chaika**, graduate student  
SHEI «Kyiv National Economic  
University named after Vadym Hetman»

**АНОТАЦІЯ.** У статті розкрито сутність поняття «ринок тепличного овочівництва». Проведено змістовний аналіз світової кон'юнктури та попиту на тепличну продукцію. Визначено місце ринку тепличного овочівництва в агробізнесі України. Розкрито інфраструктуру й визначено роль і значення галузі овочівництва закритого ґрунту на вітчизняному ринку тепличних овочів. Запропоновано бачення ринково орієнтованої організації тепличного комплексу та наочно продемонстровано парадигму українського тепличного овочівництва. Досліджено економічну ситуацію на вітчизняному ринку овочів закритого ґрунту. Окреслено основні тренди, виявлено тенденції розвитку українського та світового ринків овочів захищеного ґрунту.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** овочівництво, ринок, овочівництво закритого ґрунту, виробники тепличних овочів, теплична продукція, ринок тепличної продукції.

**ANNOTATION.** The article reveals the essence of the concept of «greenhouse vegetable market». Conducted a meaningful analysis of world market conditions and demand for greenhouse products. The place of the greenhouse vegetable market in agribusiness of Ukraine is determined. The infrastructure was identified and the role and importance of the vegetable growing sector on the greenhouse market