

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 339.13.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-5>**Безугла Л. С.**

кандидат наук з державного управління, доцент,  
доцент кафедри маркетингу,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6520-4325>

**Bezugla Lyudmila**

Dnipro State Agrarian and Economic University

### МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ВИРОБНИЦТВА БІОЛОГІЧНО ЦІННИХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

У статті здійснено маркетинговий аналіз стану та особливостей плодоовочевого ринку України. Проаналізовано обсяги споживання плодоовочевої продукції в Дніпропетровській області та в Україні у цілому. Визначено норми споживання плодоовочевої продукції. Для визначення достатності продукції на плодоовочевому ринку України проаналізовано динаміку виробництва плодоовочевої продукції в країні. Встановлено, що аналіз раціону населення на протязі останніх років свідчить про зменшення споживання найбільш біологічно цінних продуктів. Доведено, що обсяги виробництва плодоовочевої продукції з кожним досліджуваним роком збільшуються. Досліджено та визначено ключову проблему в розвитку виробництва плодоовочевої продукції. Визначено проблематику ринку продуктів переробки плодоовочевої сировини.

**Ключові слова:** ринок, споживання, овочі, фрукти, плодоовочева сировина, аналіз.

### MARKETING ANALYSIS OF THE FRUIT MARKET IN THE CONTEXT OF THE PRODUCTION OF BIOLOGICALLY VALUABLE FOOD PRODUCTS

The article deals with the marketing analysis of the condition and features of the fruit and vegetable market of Ukraine. Consumption of fruit and vegetable products in the Dnipropetrovsk region and in Ukraine as a whole is analyzed. The consumption norms of fruit and vegetable products have been determined. In order to determine the adequacy of production in the fruit and vegetable market of Ukraine, the dynamics of production of fruit and vegetable products in Ukraine is analyzed. It has been established that the analysis of the diet of the population during the last years shows a decrease in the consumption of the most biologically valuable products. It is proved that the volume of production of fruit and vegetable products is increasing every year. A key problem in the development of fruit and vegetable production has been researched and identified. The problems of the market of products of processing of fruit and vegetable raw materials are defined. Consumption of biologically valuable products is extremely important for humans, so their quantity on the market should be sufficient for consumers. The domestic market for organic fruits and vegetables has certain problems. The key problem in the development of fruit and vegetable production is its realization. Exploring the structural changes that have taken place in the vegetable industry, it becomes clear that there is a need to create an effective fruit and vegetable market that would provide the population with fruit and vegetables throughout the year. Effective market infrastructure directly affects the competitiveness of products both in the external and internal markets. The main competitive advantages of domestic fruits and vegetables in the world markets are: organic production and low operating costs. Analyzing the results of the marketing analysis of the fruit and vegetable market of Ukraine in the context of the production of biologically valuable foodstuffs, we emphasize that this market is at the stage of formation. Its development is first and foremost influenced by the natural factor, it is relevant for the market of vegetables and fruits, forms a supply of products for consumers, the yield of which depends also on the level of prices for goods. Consumption volumes and production volumes of fruits and vegetables determine the current state of the market. It is important to take into account the fact that land, as the main means of production, requires specialized, professional care of the technology of growing products of the fruit and vegetable sector.

**Keywords:** market, consumption, vegetables, fruits, fruits and vegetables, analysis.

**JEL classification:** Q12, Q13, Q18.

**Постановка проблеми.** Аналіз світового досвіду доводить той факт, що маркетинг виступає дієвим інструментом конкурентної боротьби на регіональному, національному і світовому ринках. У сучасних кризових умовах господарювання використання маркетингових інструментів є надзвичайно актуальним у діяльності будь-якого підприємства. Маркетингова орієнтація сільськогосподарських підприємств

дає змогу раціонально використовувати обмежені ресурси. У ринкових умовах господарювання метою дієвої системи управління є достатній рівень прибутковості за рахунок отримання стійких позицій на ринку за допомогою досконалого аналізу платоспроможного попиту та його задоволення. У складних умовах погіршення екологічного стану в світі виникає питання щодо задоволення біологічно цінними про-

дуктами населення. Проблематика оптимізації вітчизняного продовольчого ринку надзвичайно актуальна, оскільки враховує інтереси всього населення країни. Наслідком проблемного стану на ринку продовольчих товарів, що був спричинений неефективним господарюванням, є занепад економіки країни у цілому. Шляхи вирішення проблем та реалізація заходів щодо поліпшення забезпечення продовольчими продуктами населення можливі лише за рахунок цілковитого залучення до ринкового обігу сільськогосподарської продукції та сировини у вигляді джерела його ресурсного забезпечення.

Ключовими аспектами підтримки продовольчої безпеки Україні виступають безперебійне забезпечення населення продуктами харчування, у тому числі й біологічно цінними, керуючись раціональним застосуванням сільськогосподарської сировини, зменшення її втрат, поліпшення ефективності виробництва в масштабах усього агропромислового комплексу. У таких умовах важливою є організація постачання якісних продуктів населенню не лише в сезон збору та перероблення плодоовочевої сировини і не лише у сировинних зонах, а на протязі всього року й у всіх регіонах України. Ураховуючи вищенаведене, зауважимо, що проблематика дослідження плодоовочевого ринку України в контексті виробництва біологічно цінних харчових продуктів є надзвичайно актуальною і потребує нових наукових обґрунтувань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням регіональних та світових плодоовочевих ринків, а також здійсненням маркетингового аналізу таких ринків займалася велика кількість вітчизняних і закордонних науковців, а саме: Л.К. Яцишина, Н.В. Болгова, І.М. Уханова, І. Бачуріна, І.В. Новицька, І.Б. Чичкало-Кондрацька та ін.

**Мета статті** полягає у проведенні маркетингового аналізу плодоовочевого ринку України та визначенні тенденцій виробництва біологічно цінних харчових продуктів із плодоовочевої сировини.

**Виклад основного матеріалу.** Головною умовою існування та розвитку ринку плодоовочевої продукції виступає поліпшення інфраструктурних елементів, котрі створюють передумови для просування товару від виробника до споживача, раціонально поєднуючи внутрішні та зовнішні зв'язки, а також здатність виробництва продукції на засадах екологізації, забезпечення продовольчої безпеки держави.

На думку Л.К. Яцишиної, свіжі овочі та фрукти мають бути в раціоні людини щодня. Безперебійна наявність у раціоні і збалансоване вживання таких продуктів забезпечують організм енергією більше ніж на половину Овочі і фрукти цінні ще тим, що їх легко можна застосовувати для подальшої переробки, наприклад виготовлення консервів, соків, сушіння, що надає можливість перевезення продукції на далекі відстані та збільшення терміну придатності [1, с. 106].

Міністерством охорони здоров'я України визначено Раціональні норми харчування, а саме населення країни повинно споживати 161 кг овочів за один рік (на одну особу). За даними Держкомстату, в Україні збільшується кількість споживання овочів та картоплі [3]. У табл. 1 досліджено обсяг споживання плодоовочевої продукції на одну особу на рік у Дніпропетровській області та в Україні у цілому

Попит на плодоовочеву продукцію доводить той факт, що овочі і фрукти є надзвичайно важливим елементом у раціоні харчування українців.

Аналізуючи табл. 1, варто наголосити на тому, що найбільший обсяг споживання на одну особу на рік у Дніпропетровській області та Україні у цілому овочів і баштаних продовольчих культур. У 2018 р. порівняно з 2010 р. споживання овочів і баштаних продовольчих культур в Україні збільшилося на 20,4 кг на одну особу, або на 14,2%. У Дніпропетровській області споживання зазначених культур, своєю чергою, у 2018 р. порівняно з 2010 р. збільшилося на 25,5 кг, або на 16,6%. Споживання населенням картоплі, плодів, ягід та винограду також має тенденцію до збільшення. У цілому по Україні споживання картоплі збільшилося на 8,1%, а в Дніпропетровській області – на 32,6%. Споживання плодів, ягід та винограду в Дніпропетровській області на протязі досліджуваного періоду збільшилося на 23,6%.

Для визначення достатності продукції на плодоовочевому ринку України проаналізуємо динаміку виробництва плодоовочевої продукції в Україні на протязі 2010–2018 рр.

Аналіз динаміки виробництва плодоовочевої продукції в Україні на протязі 2010–2018 рр. має позитивну динаміку, це свідчить про те, що обсяги виробництва плодоовочевої продукції з кожним досліджуваним роком збільшуються. Виробництво картоплі у 2018 р. порівняно з 2010 р. збільшилося на 20,31%, або на 3 799 т. Овочі і баштаних продовольчих продукти збільшилися за досліджуваний період на 1 067 т

Таблиця 1

**Обсяги споживання плодоовочевої продукції в Дніпропетровській області та в Україні у цілому (кг на одну особу на рік)**

Регіон	2010	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення	
							+,-	%
Картопля								
Україна	128,9	141,0	137,5	139,8	143,4	139,4	10,5	108,1
Дніпропетровська область	93,6	119,7	116,5	119,4	124,8	124,1	30,5	132,6
Овочі і баштаних продовольчих культур								
Україна	143,5	163,2	160,8	163,7	159,7	163,9	20,4	114,2
Дніпропетровська область	153,7	180,6	184,2	185,7	173,5	179,2	25,5	116,6
Плоди, ягоди та виноград								
Україна	48,0	52,3	50,9	49,7	52,8	57,8	9,8	120,4
Дніпропетровська область	57,1	59,1	57,1	59,1	61,1	70,6	13,5	123,6

Джерело: складено автором на основі [2, с. 23, 25, 27]

Таблиця 2

## Динаміка виробництва плодоовочевої продукції в Україні на протязі 2010–2018 рр., тис т

Продукція	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 до 2010	
							+,-	%
Картопля	18705	23693	20839	21751	22208	22504	3799	120,31
Овочі і баштанні продовольчі продукти	8873	10323	9792	9998	9721	9940	1067	112,03
Плоди, ягоди та виноград	2154	2435	2539	2385	2458	3039	885	141,09

Джерело: складено автором на основі [2, с. 40–41]

(12,03%). Аналізуючи обсяги виробництва плодів, ягід та винограду, також спостерігається позитивна динаміка: у 2018 р. порівняно з 2010 р. збільшення становило 885 т. Усе це свідчить про збільшення попиту на ринку плодоовочевої продукції.

Аналізуючи статистичну інформацію щодо вирощування картоплі, зауважимо, що в 2018 р. в Україні зібрали 22,180 млн т картоплі з 1,304 млн га, що на 1,5% більше, ніж у 2017 р. Серед регіонів України найбільше картоплі зібрали у Вінницькій області (1,906 млн т з 109,7 тис. га за врожайності 173,8 ц/га). Друге та третє місця посіли Житомирська (1,856 млн т із 89,5 тис га за врожайності 207,4 ц/га) та Київська (1,808 млн т із 91,7 тис га за врожайності 197,2 ц/га) області. Найменший урожай картоплі зібрали господарства Миколаївської (169,9 тис т із 18,6 тис га за врожайності 91,1 ц/га), Запорізької (189,7 тис т із 20,8 тис га за врожайності 91,3 ц/га) та Луганської (232,0 тис т із 10,7 тис га за врожайності 217,3 ц/га) областей [4].

На думку Н.В. Болгової та І.М. Уханової, аналіз раціону населення на протязі останніх років свідчить про зменшення споживання найбільш біологічно цінних продуктів, таких як молоко та молочні продукти, фрукти, овочі, яйця, м'ясо, олія та риба. Проте тенденцію до збільшення має споживання хліба та картоплі. Такий раціон харчування викликає незбалансованість за білками, жирами та вуглеводами, виникає дефіцит повноцінних білків, вітамінів та збільшується споживання вуглеводів [5].

Ураховуючи вищенаведене, зауважимо, що вживання біологічно цінних продуктів є надзвичайно важливим для людини, отже, їх кількість на ринку має бути достатньою для споживачів. Вітчизняний ринок плодоовочевої біологічно цінної продукції має певні проблеми.

Ключовою проблемою в розвитку виробництва плодоовочевої продукції виступає її реалізація. Досліджуючи структурні зміни, котрі відбулися в овочівництві, стає очевидною необхідність створення дієвого плодоовочевого ринку, який забезпечував би населення плодоовочевою продукцією на протязі року.

Аналізуючи думки експертів стосовно стану плодоовочевого ринку України, Олександр Хорев, керівник проєкту «АПК-Інформ: овочі та фрукти», на аграрному форумі з переробки продуктів тваринництва і рослинництва AgroPro наголосив на тому, що виробництво основних овочів та фруктів в Україні поступово зростає, незважаючи на певні труднощі реалізації. Передусім він звернув увагу на суніцю садову, інтерес до якої повернувся у виробників саме в 2018 р. При цьому в результаті збільшення виробництва відразу на 14% ціни на ягоди в 2018 р. були на порядок

нижче порівняно з попереднім сезоном. Виробництво малини збільшується вже четвертий рік поспіль, і, на думку експерта, наступного року ситуація кардинально не зміниться. Ситуація із цінами на малину на свіжому ринку в 2018 р. була негативною для виробників, і впродовж всього сезону ціни були найнижчими за останні чотири роки. Разом із цим продовжує збільшуватися експорт свіжих ягід, ціни на які в рази перевищують показники на внутрішньому ринку. Також із кожним роком зростає експорт замороженої малини на ринок ЄС. І саме останні два пункти беруть на озброєння як нинішні виробники, так і ті, хто тільки планує вирощувати малину. Виробництво черешні в Україні в 2018 р. зросло на 10% передусім за рахунок вступу в плодоношення нових інтенсивних садів. Українські виробники все більше дивляться в бік експорту, що дає свої результати у ціновому відношенні. Так, у кінці нинішнього сезону ціни на черешню перевищували торішні показники більше ніж у два рази. Також експерт відзначив зростання виробництва яблук у 2018 р. та збільшення виробництва лохини протягом кількох років поспіль. Аутсайдером серед ягідних культур у плані зростання виробництва залишається чорна смородина [6].

Серед важливих біологічно цінних продуктів важливе місце посідають продукти переробки плодоовочевої сировини.

Продукти переробки плодоовочевої продукції, що орієнтовані на кінцевого споживача, належать до ринку товарів, що швидко обертаються (FMCG), і цей ринок найбільш жорсткий із погляду конкуренції. Управління собівартістю, зокрема управління собівартістю сировини, – це найважливіша частина менеджменту будь-якого переробного підприємства. Товарообіг FMCG-продуктів (зокрема, продуктів переробки свіжих овочів і фруктів) повинен постійно збільшуватися, щоб переробка та виробництво були рентабельними. Сьогодні великі переробні підприємства переживають технологічну революцію: використання штучного інтелекту для оптимізації процесів, сучасних комп'ютерних засобів для керування й обліку, дронів та систем моніторингу на етапі вирощування сировини. Усе це допомагає знижувати собівартість й успішно конкурувати за місце на полиці ринку товарів, що швидко обертаються (FMCG) [7].

За даними порталу Profihort [8], на плодоовочевому ринку України функціонують такі найбільш відомі виробники і переробники плодоовочевої сировини: «Сади Дніпра», «Фрутлайф», «Дунайський аграрій», «Аврора», «Агрокомплекс «Барський», «Агро-Патріот», «Таврія-Скіф», Fresh Family, «Владам», ТОВ «Плодоовочевий комбінат «Херсон», «Євросер-

вісгруп», «Родючість», «Любокут», «Агро-Поставка», Fresh Salat і Demetralex.

У сучасних умовах важливим складником плодоовочевого ринку виступають виробники органічних овочів та ягід.

І.Б. Чичкало-Кондрацька та Новицька І.В. звертають увагу на те, що в умовах сьогодні зростає зацікавленість споживачів до продуктів харчування, які є екологічно чистими і виробництво яких не має негативного впливу на навколишнє середовище. Такі продукти представлені на ринку як продукція органічного виробництва. Гарантією того, що продукт виготовлено відповідно до вимог органічного виробництва, є відповідне маркування, яке підтверджується сертифікатом [9].

Найбільшу кількість виробників органічної плодоовочевої продукції в Україні зосереджено у Київській, Вінницькій, Харківській та Житомирській областях. Про це свідчить дослідження ринку органічної плодоовочевої продукції, що було проведене за ініціативи Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP) спільно із сертифікаційним органом «Органік Стандарт», навчальним та консультативним проектом Organic Business School та UHBDP [10].

І. Бачуріна стверджує, що ефективна ринкова інфраструктура прямо впливає на конкурентоспроможність продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. Основними конкурентними перевагами вітчизняної плодоовочевої продукції на світових ринках вона

вважає органічність виробництва та низьку операційну собівартість. Водночас низькі виробничі операційні витрати не обов'язково забезпечуватимуть конкурентоспроможність на зовнішніх ринках, де кінцева ціна значною мірою зумовлена ефективністю каналів товароруку [11, с. 23].

**Висновки.** Аналізуючи отримані результати маркетингового аналізу плодоовочевого ринку України в контексті виробництва біологічно цінних харчових продуктів, наголосимо на тому, що даний ринок перебуває на етапі становлення. На його розвиток передусім впливає природний чинник, він є актуальним для ринку овочів і фруктів, формує пропозицію продукції для споживачів, від кількості якої залежить також і рівень ціни на товари. Обсяги споживання та обсяги виробництва плодоовочевої продукції визначають актуальний стан ринку. Важливо враховувати той факт, що земля як основний засіб виробництва потребує спеціалізованого, професійного догляду за технологією вирощування продукції плодоовочевого сектору.

Ми вважаємо, що позитивний вплив на розвиток плодоовочевого ринку мають також соціально-демографічні чинники, адже є можливість зміни смаків кінцевих споживачів, це призведе до збільшення норми споживання овочів і фруктів. Перспективними шляхами розвитку українського плодоовочевого ринку є безперервне дослідження ринку, а також постійний моніторинг його розвитку і пошуку нових ринків для здійснення експортної діяльності.

#### Список використаних джерел:

1. Яцишина Л.К. Дослідження ринку овочів і фруктів в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 105–109.
2. Баланс та споживання основних продуктів харчування населення України. 2019 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2019. 59 с.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.04.2020).
4. Мультимедійна платформа іномовлення України. *Укрінформ*. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2561169-v-ukraini-zibrali-kartopli-na-15-bilseniz-torik-derzstat.html> (дата звернення: 08.04.2020).
5. Болгова Н.В., Уханова І.М. Функціональні продукти харчування *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2016. Вип. 16. Т. 1. С. 57–64. URL : <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/3539/1/Болгова%20Н.В.Функціональні%20продукти%20харчування%20.pdf> (дата звернення: 09.04.2020).
6. В Україні зростає виробництво овочів, фруктів та ягід. *АгроЮе* : вебсайт. URL : <http://agro-yug.com.ua/archives/18185> (дата звернення: 09.04.2020).
7. Продукти переробки плодоовочевої продукції – найбільш жорсткий ринок із точки зору конкуренції. *Інфоіндустрія* : вебсайт. URL : <https://infoindustria.com.ua/produkti-pererobki-plodoovochevoi-produkczi-najbilsh-zhorstkiy-rynok-z-tochki-zoru-konkurenczii/> (дата звернення: 09.04.2020).
8. Українські виробники овочів і фруктів представляють свою продукцію на FRUIT LOGISTICA 2020. *Інноваційний ресурс для професіоналів плодоовочевого бізнесу* : вебсайт. URL : <https://www.profihort.com/2020/02/ukraini-virobniki-ovochiv-i-fruktiv-predstavlyayut-svoyu-produkciyu-na-fruit-logistica-2020/> (дата звернення: 09.04.2020).
9. Чичкало-Кондрацька І.Б., Новицька І.В. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6104> (дата звернення: 09.04.2020).
10. Оприлюднено рейтинг областей за кількістю виробників органічної продукції. *Суперагроном* : вебсайт. URL : <https://superagronom.com/news/8629-oprilyudneno-reyting-oblastey-za-kilkisty-virobnikiv-organichnih-ovochiv-ta-yagid> (дата звернення: 09.04.2020).
11. Бачуріна І. Інфраструктура аграрного ринку та її роль у розвитку аграрного сектору економіки України. *Агросвіт*. 2007. № 15. С. 23–27.

#### References:

1. Yatsyshina, L. (2019), Doslidzhennja rynku ovochiv i fruktiv v Ukraini [Market research on fruits and vegetables in Ukraine], *Ekonomika ta derzhava*, vol. 2, pp. 105–109.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) *Balansy ta spozhyvannja osnovnykh produktiv kharchuvannja naseleonnjam Ukrainy* [Balances and consumption of the main food products by the population of Ukraine, Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.
3. State Statistics Service of Ukraine (2020), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 08 April 2020).
4. Ukrinform (2018), “In Ukraine, potatoes were collected by 1.5% more than last year”, available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2561169-v-ukrainizibrali-kartopli-na-15-bilse-niz-torik-derzstat.html> (Accessed 20 Jan 2019). Mul'tymedijna platforma inomovlennia Ukrainy

5. Bolghova N.V, Ukhanova I.M. (2016) Funkcionaljni produkty kharchuvannja [Functional food] *Zbirnyk naukovykh pracj Tavrijskogho derzhavnogho aghrotekhnologhichnogho universytetu* (electronic journal), vol. 16, pp. 57-64. Available at: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/3539/1/Болгова%20Н.В.Функціональні%20продукти%20харчування%20.pdf> (accessed 09 April 2020).

6. V Ukraini zrostaє vyrobnyctvo ovochiv, fruktiv ta jaghid [The production of vegetables, fruits and berries is increasing in Ukraine.] *AghroJugh*: available at: <http://agro-yug.com.ua/archives/18185> (accessed 09 April 2020).

7. Produkty pererobky plodoovochevoji produkciji – najbilsh zhorstkyj rynek z tochyky zoru konkurenciji [Fruit and vegetable processing products are the most rigid market in terms of competition] *Infoindustrija*: available at: <https://infoindustria.com.ua/produkti-pererobki-plodoovochevoi-produkciji-najbilsh-zhorstkij-rynek-z-tochyky-zoru-konkurenciji/> (accessed 09 April 2020).

8. Ukrajinsjki vyrobnyky ovochiv i fruktiv predstavljajutj svoju produkciju na FRUIT LOGISTICA 2020 [Ukrainian producers of vegetables and fruits present their products at FRUIT LOGISTICA 2020.] *Innovacijnyj resurs dlja profesionaliv plodoovochevogho biznesu*: available at: <https://www.profihort.com/2020/02/ukraïnski-virobniki-ovochiv-i-fruktiv-predstavlyayut-svoju-produkciju-na-fruit-logistica-2020/> (accessed 09 April 2020).

9. Chychkalo-Kondratska, I. B. and Novytska, I. V. (2018), Svitovyj dosvid prosuvannja orghanichnoji produkciji [World experience of promotion of organic products], *Efektivna ekonomika*, vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6104> (accessed 09 Apr 2020).

10. Opryljudneno rejtyng oblastej za kiljnistju vyrobnykiv orghanichnoji produkciji [The rating of regions by the number of organic producers has been published.] *Super aghronom*: available at: <https://superagronom.com/news/8629-oprilyudneno-rejting-oblastej-za-kilkisty-virobnikiv-organichnih-ovochiv-ta-yagid> (accessed 09 April 2020).

11. Bachurina I. (2007) Infrastruktura aghrarnogho rynku ta jiji rolj u rozvytku aghrarnogho sektoru ekonomiky Ukrainy [Agrarian market infrastructure and its role in the development of the agrarian sector of the Ukrainian economy], *Aghrosvit*, vol. 15, pp. 23–27.