

Ольга Миколаївна ГІРЖЕВА

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
ORCID ID: 0000-0003-4548-3512
E-mail: olgagirzheva@ukr.net

Анатолій Володимирович МЕХОВСЬКИЙ

здобувач освітньо-наукового ступеня доктор філософії, Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

РИНКОВІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ЗДІЙСНЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гіржева, О. М. Ринкові аспекти ефективного здійснення збутової діяльності аграрних підприємств / Ольга Миколаївна Гіржева, Анатолій Володимирович Меховський // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 3. – С. 243 – 251. – ISSN 2415-8453.

Анотація

Вступ. Процес формування повноцінного ринку агропродовольчої продукції передбачає всебічне обґрунтування теоретико-методичних основ його функціонування, забезпечення адекватного завданням розширеного відтворення рівня економічної ефективності основної діяльності його суб'єктів. Таке обґрунтування має базуватися на узагальненні, уточненні й систематизації базових економічних категорій і понять, які розкривають сутність, що відбувається при формуванні та функціонуванні ринку соціально-економічних процесів, генезису відносин між його учасниками. При цьому поглиблення функціональної роз'єднаності останніх на тлі необхідності інтенсифікації обмінних процесів в економіці стають основними причинами розвитку ринку. Питання ідентифікації економічної суті ринку і визначення принципів його розвитку детально розглянуті в працях класиків та сучасників економічної наукової думки, втім проблематики дослідження аграрного ринку залишається досить актуальною, зокрема у контексті вдосконалення збутової діяльності його суб'єктів.

Метою статті є ідентифікації сутнісних характеристик ринку агропродовольчої продукції, визначення його функцій та принципів розвитку, а також їх впливу на ефективне здійснення збутової діяльності аграрних підприємств.

Результати. У процесі дослідження запропоновано узагальнене функціональне навантаження аграрного ринку та його вплив на економічну поведінку підприємств-товаровиробників. Визначено функціональну структуру ринку продукції аграрних підприємств. Встановлено, що цільові ринки продукції аграрних підприємств за конкурентною структурою можна класифікувати як ринки олігосонії та моносонії на рівні підприємства-товаровиробника. Було ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку цільових об'єктних ринків продукції аграрних підприємств.

Висновки. З метою здійснення раціональної конкурентної поведінки кожне аграрне підприємства має ідентифікувати цільовий ринок як систему, оцінювати фактори конкурентоспроможності, а також своєчасно мобілізувати важелі управління конкурентоспроможністю своєї продукції на різних стадіях відтворювального процесу.

Ключові слова: аграрний ринок, функції ринку, конкурентна структура ринку, збут аграрних підприємств.

Olga M. Girzheva

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities,
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Anatolii Volodymyrovych Mekhovskiy

Candidate of Educational and Scientific Degree Doctor of Philosophy, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

MARKET ASPECTS OF EFFECTIVE SALE FOR AGRARIAN ENTERPRISES

Abstract

Introduction. *The formation of a full-fledged market of agri-food products provides a comprehensive justification of the theoretical and methodological foundations of its operation, ensuring adequate to the task of expanded reproduction of economic efficiency level in the main activities of its subjects. Such justification should be based on the generalization, clarification and systematization of basic economic categories and concepts that reveal the essence that occurs in the formation and functioning of the market in socio-economic processes, the genesis of relations with participants. At the same time, the deepening of the functional disconnection of the latter against the background of the need to intensify exchange processes in the economy become the main reason for market development. The issues of identifying the economic essence of the market and determining the principles of its development are considered in detail in the works of classic and contemporary economists, but the study of the agricultural market remains relevant, particularly in the context of improving sales of its subjects.*

The purpose of the article is to identify the essential characteristics of the agri-food market, determine its functions and principles of development, as well as their impact on the effective implementation of marketing activities at agricultural enterprises.

Results. *In the research, the generalized functional load of the agrarian market and its influence on economic behavior of the enterprises – commodity producers is offered. The functional structure of the products market in agricultural enterprises is determined. It is established that the target product markets of agricultural enterprises can be classified by competitive structure as markets of oligopsony and monopsony at the level of the enterprise-producer. The economic prerequisites and structural tendencies for competitive development of target object markets of agricultural enterprises products were identified.*

Conclusions. *In order to implement rational competitive behavior, each agricultural enterprise must identify the target market as a system, assess the factors of competitiveness, as well as timely mobilize the levers to manage the competitiveness of their products at different stages of the reproduction process.*

Key words: agrarian market, market functions, competitive market structure, sale of agrarian enterprises.

JEL classification: L 10

Вступ

Процес формування повноцінного ринку агропродовольчої продукції передбачає всебічне обґрунтування теоретико-методичних основ його функціонування, забезпечення адекватного завданням розширеного відтворення рівня економічної ефективності основної діяльності його суб'єктів у контексті їх адаптації до реалій інноваційно-інвестиційної моделі розвитку та викликам інтеграції у світове економічне

співтовариство. Таке обґрунтування має базуватися на узагальненні, уточненні і систематизації базових економічних категорій і понять, які розкривають сутність, що відбувається при формуванні та функціонуванні ринку соціально-економічних процесів, генезису відносин між його учасниками. При цьому поглиблення функціональної роз'єднаності останніх на тлі необхідності інтенсифікації обмінних процесів в економіці стають основними причинами розвитку ринку.

Питання ідентифікації економічної суті ринку і визначення принципів його розвитку детально розглянуті в працях класиків економічної наукової думки. Зокрема, неоціненний внесок у наукове пояснення зазначених проблемних питань внесли А. Сміт, Д. Рікардо, Д. Мілль, А. Пігу, Дж. Кейнс, П. Самуельсон, В. Нордхауз, Г. Армстронг, Ф. Котлер та ін. Специфіці формування вітчизняного ринку, зокрема ринку агропродовольчої продукції, присвячені наукові роботи В. Андрійчука, В. Гейця, С. Дусановського, Ю. Коваленко, О. Красноручького, С. Мочерного, А. Могильного, Т. Осташко, А. Чухно та багатьох інших.

Мета дослідження

Метою статті є ідентифікації сутнісних характеристик ринку агропродовольчої продукції, визначення його функцій та принципів розвитку, а також їх впливу на ефективне здійснення збутової діяльності аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження

Формування ринкової економічної системи призвело до суттєвих зрушень у суспільному розвитку. На певній стадії розвитку продуктивних сил ринкова система проявила себе як універсальний регулятор пропорцій, ланка соціально-економічної системи, що забезпечує товарний, фінансовий та інформаційний обмін між сферами виробництва і споживання, стимулятора розвитку виробничих можливостей і генезису споживчих потреб.

Узагальнюючи позиції дослідників в межах обох зазначених вище підходів, можна констатувати, що ринок представляє собою специфічну економічне середовище, що характеризується ознаками системності та структурованості, в якій повноцінно реалізуються відносини суб'єктів з приводу купівлі-продажу товарів та їх руху по стадіях процесу ринкового розподілу від виробника до споживача.

В економічній науковій літературі представлений вичерпний перелік підходів до класифікації ринку, найбільш важливими з яких для нашого дослідження є об'єктний і просторовий. Слід зазначити, що в межах зазначених підходів основними атрибутами-ідентифікаторами ринку, а також ключовими елементами ринкової системи є ціна, попит і пропозиція товарів і послуг.

Найдавнішим і найбільш складно структурованим об'єктом ринком в світі є аграрний ринок. Фактично обмінні відносини у світовій історії, швидше за все, зародилися у сфері обміну результатами трудової діяльності землеробів і скотарів, тобто продукцією сільського господарства [4]. Сучасна економічна наука структурує аграрний ринок як сукупність галузевих ринків, таких як ринок сільськогосподарської продукції, ринок ресурсів і послуг для сільськогосподарського виробництва, ринок засобів виробництва для сільського господарства і ринок агропродовольчих товарів. Основним призначенням аграрного ринку є, в кінцевому підсумку, задоволення потреб у продовольстві [4].

На думку Ю. Д. Білика «... ринок продовольства в економічному відношенні визначає сферу взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, тобто продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції» [2]. Слід враховувати, що ринок агропродовольчої продукції має сільськогосподарську і харчову складові, так як певна

частина сільськогосподарської продукції являє собою товари, готові до вживання без додаткової зміни своєї форми і властивостей, а інша частина вимагає додаткових технологічних зусиль, а іноді й декількох змін в різних галузях. Наприклад, зерно, як і борошно, не є товаром, готовим до вживання, а є сировинним товаром, який переходить у форму хліба, хлібобулочних, макаронних виробів та ін. У свою чергу ринок сільськогосподарської продукції також має сировинну та продовольчу компоненти, але вже в іншому співвідношенні. Безумовно, в даному контексті об'єкти ринкової активності підприємств визначатимуть всю специфіку діяльності й об'єктивність процесів, що протікають на ринку, а також об'ємно-ємнісні характеристики ринку в цілому і його товарно-цільових сегментів зокрема.

Результати ідентифікації функціонального навантаження аграрного ринку в проекції на діяльність його суб'єктів представлені на рис. 1.

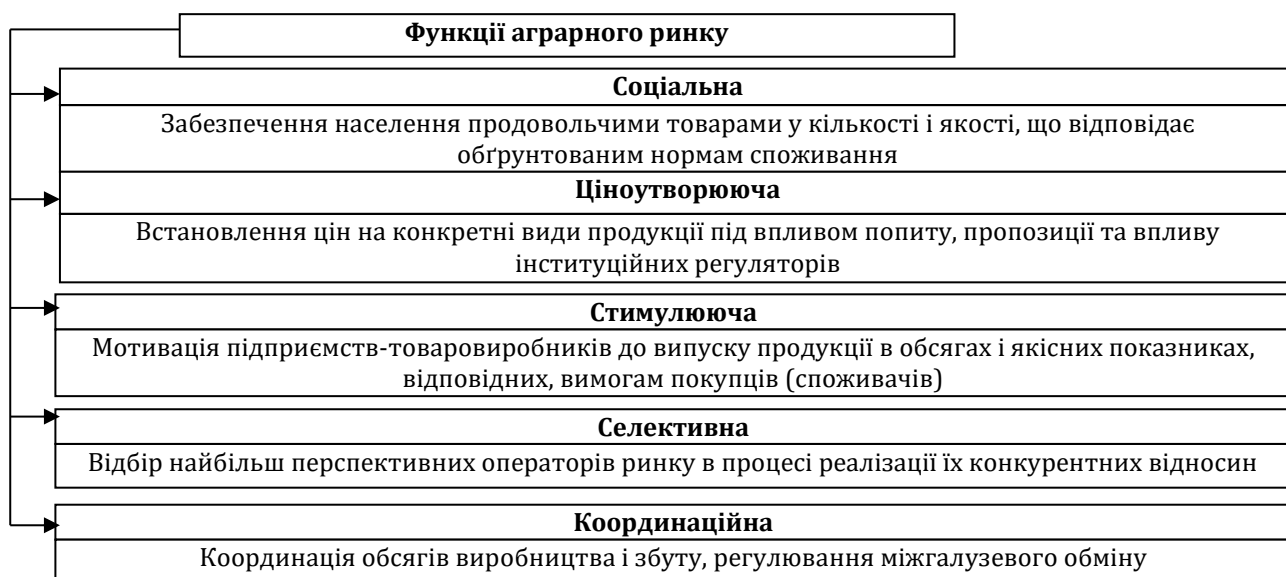


Рис. 1. Функціональне навантаження аграрного ринку та її вплив на економічну поведінку підприємств-товаровиробників

Джерело: систематизовано автором на основі [5].

У контексті дослідження особливого значення набуває формування наукових уявлень про склад компонент ринкової системи, закономірності їх взаємодії та функціонування, а також про ідентифікацію цілей їх існування, так як цілі діяльності підприємств-суб'єктів ринкових відносин часто не збігаються з цілями функціонування підсистем конкретного цільового ринку, на якому вони проявляють свою активність. На основі узагальнення існуючих наукових позицій [1, 4] спробуємо представити графічно структуру ринку продукції аграрних підприємств (рис. 2).

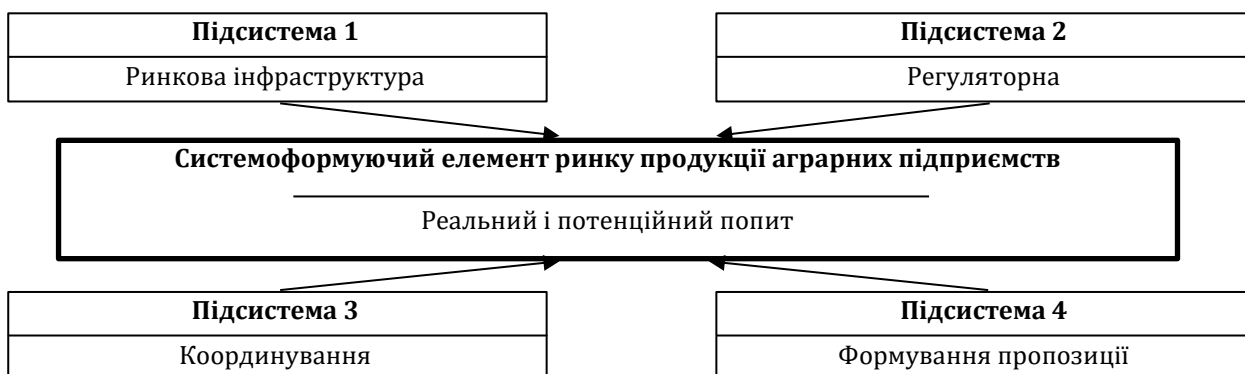


Рис. 2. Функціональна структура ринку продукції аграрних підприємств *

** Розроблено автором*

На рис. 2 продемонстровано, що центральним елементом ринкової системи є попит на продукцію аграрних підприємств, який обумовлює протікання обмінних процесів на ринку і, відповідно, формування зазначених підсистем. При цьому підсистема ринкової інфраструктури впливає як на діяльність операторів-товаровиробників, так і посередників і споживачів продукції. У свою чергу оператори-посередники, значною мірою, формують дану підсистему, так як саме в ній формуються канали руху товару, які й обслуговують посередники.

Регуляторна підсистема покликана врівноважувати пропорції, що формуються під впливом економічних інтересів посередників і суб'єктів сфери виробництва, оскільки їх конфлікт на тлі об'єктивних відмінностей в концентрації й ефективності використання капіталу в сфері виробництва та обігу сільськогосподарської продукції провокує дисбаланси в ефективності функціонування всіх без винятку суб'єктів ринкової системи. При цьому в якості суб'єктів даної підсистеми виступають державні інституції, які надають за допомогою нормативно-правових та адміністративних інструментів вплив на перебіг обмінних процесів на ринку.

Координаційна підсистема органічно доповнює перші дві. Її складають суб'єкти, які безпосередньо не беруть участі у товарообмінних процесах, однак, надають певний вплив в частині реалізації відносин конкуренції і кооперації, що виникають між учасниками ринку, тобто певні об'єднання товаровиробників та (або) посередників, що мають збіг інтересів за тих чи інших умов. Функціонування даної підсистеми істотно впливає на ціноутворення, охоплення цільових груп споживачів і, відповідно, рівень економічної ефективності діяльності суб'єктів ринку.

Підсистема формування пропозиції включає в якості своїх суб'єктів перш за все аграрні підприємства, які власне роблять обсяги продукції, представлені на цільових ринках збуту.

Слід зазначити, що ринок продукції аграрних підприємств є дуже неоднорідним за своєю структурою, що обумовлюється наявністю дисбалансів в реалізації трьох існуючих типів економічних відносин його учасників, як підприємств-виробників, так і посередницьких структур, а саме відносин товарообміну, відносин конкуренції і відносин співробітництва (інтеграції та кооперації). Загальноприйнятим в економічній науці є розгляд ринку сільськогосподарської продукції, виробленої аграрними підприємствами, як ринок, близького до моделі чистої конкуренції. Дана позиція мотивована наявністю великої кількості виробників і споживачів, а також масовим характером попиту на продукцію. Це не зовсім так. По-перше, вище нами зазначено, що продукція аграрних підприємств є як сировинною, так і придатною для безпосереднього споживання, що вже дозволяє виділяти товарно-цільові сегменти з принципово різними характеристиками і параметрами. По-друге, у процесі формування конкурентної ситуації на ринку діють не виробники і споживачі, а продавці і покупці, що робить конкурентну структуру ринку різною на різних стадіях руху товару.

Узагальнення характеристик ринку сільськогосподарської продукції дозволяє виділити критичні для ефективної діяльності аграрних підприємств особливості, а саме:

- ринок сільськогосподарської продукції є ключовим у структурі аграрного ринку країни. Його об'ємно-ємнісні характеристики, з одного боку, відображають досягнутий рівень споживання, а з іншого боку, рівень розвитку суб'єктів-товаровиробників і суб'єктів ринкової інфраструктури, обсяги створюваної ними доданої вартості;

- об'єктна структура ринку сільськогосподарської продукції надзвичайно широка, її основу складають значущі види продукції рослинництва і тваринництва. Ці групи товарів є основою відповідних продуктових ринків, тісно пов'язаних між собою за допомогою попиту і субституції товарів;

- сільськогосподарська продукція характеризується високим рівнем взаємозамінності при низькій еластичності попиту, що пояснюється істотним впливом на рівень попиту на продукти харчування не тільки рівня доходів, але й обґрунтованих фізіологічних норм споживання;

- функціонування ринку сільськогосподарської продукції знаходиться під істотним впливом сезонних факторів, що стосуються, перш за все, формування пропозиції. Таким чином, нівелювання негативної дії зазначених факторів є однією з умов забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств і, відповідно, формування та реалізації їх конкурентних переваг;

- формування пропозиції на ринку агропродовольчої продукції залежить від природно-кліматичних і погодних умов, що деформує механізм формування доходів аграрних підприємств, коли внаслідок несприятливого характеру конкурентної ситуації на тлі нееластичності попиту при підвищенні обсягів виробництва внаслідок природних факторів рівень економічної ефективності знижується, і навпаки.

Слід зазначити, що перераховані особливості в сукупності з типами відносин підприємств-учасників ринку сільськогосподарської продукції вимагають дотримання двох принципів забезпечення гармонійного розвитку суб'єктів, перш за все, виробничої сфери, а саме: з одного боку, гарантування свободи поведінки виробників, продавців і покупців, а з іншого боку, об'єднання інструментів ринкового регуляторного механізму з державним регулюванням ринкових процесів. При цьому державне регулювання буде ефективним лише за умови максимального врахування інтересів всіх суб'єктів ринку, особливо в частині розподілу їх доходів.

Забезпечення стабільності функціонування цільових ринків продукції аграрних підприємств реалізується, перш за все, за допомогою вдосконалення ринкової інфраструктури. Формування ринкової інфраструктури передбачає обслуговування ринкового процесу товарообміну для забезпечення його стабільності, надійності, прозорості та ефективності [8]. Інфраструктуру ринку продукції аграрних підприємств формують суб'єкти оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією, а також обслуговуючі підприємства транспортної, складської та маркетингової спеціалізації, зокрема, агроторговельні будинки, комерційні центри, товарно сировинні біржі та ін. У свою чергу комбінація посередників, довжина і ширина каналу руху товару є ключовими характеристиками ринку певного виду сільськогосподарської продукції. Слід зазначити, що споживання більшості видів сировинних видів сільськогосподарської продукції здійснюється на внутрішньому ринку переробними підприємствами, а також експортерами, що і пояснює просторове завершення каналів руху товару по довжині.

Вибір аграрним підприємством каналу руху товару для використання в своїй збутовій діяльності визначається кон'юнктурними особливостями цільових ринків збуту, бар'єрами входу на них, наявністю виробничих можливостей для здійснення операцій переробки, зберігання і доставки продукції. При цьому реалізація останніх процесів із залученням суб'єктів інфраструктури, що забезпечує належний рівень економічної ефективності для всіх учасників ринкового процесу, свідчить про рівень розвитку конкретного цільового ринку певного виду продукції.

Структуру агропродовольчого ринку становить доволі різноманітний перелік ринків окремих товарів сільськогосподарського походження. При цьому наповненість структури визначається особливостями конкретних територіальних ринків. Відповідно до класифікації Європейського Союзу виділяються понад двадцять подібних об'єктних ринків, серед них ринки: зерна, цукру, овочів, фруктів, льону, конопель, хмелю, тютюну, вина, яловичини, свинини, птиці, молока та молочних продуктів, баранини, сухих кормів білкових культур та інші. Особливості кожного об'єктного ринку зумовлюють застосування тих чи інших принципів, методів і важелів регуляторних впливів

державних і ринкових інституцій, а також конкурентну структуру конкретних ринків, побудову систем ринкового розподілу продукції та інші атрибути.

Між усіма учасниками ринку складаються відносини трьох типів: стосунки товарно-грошового обміну, відносини конкуренції і відносини співпраці (інтеграції та кооперації). Особливе місце серед них посідають конкурентні відносини, що визначають структурування ринку та, відповідно, передумови розвитку інших типів відносин. Одним з основних стимуляторів розвитку суб'єктів ринкових відносин є конкуренція, тобто суперництво між підприємствами-товаровиробниками, суб'єктами інфраструктури і споживачами товарів за кращі умови виробництва, ринкового розподілу і споживання товарів. Подібне суперництво спонукає суб'єктів до пошуку оптимальної в конкретних умовах моделі поведінки, що, в кінцевому підсумку, призводить до розвитку самого ринку і найбільш успішних підприємств на ньому. На думку А. Ласкового, неконкурентна економіка практично не несе в собі необхідних елементів розвитку і гине [7].

У продуктивних конкурентних умовах раціональна поведінка суб'єктів призводить до генерування форм організації бізнесу, зростання економічного потенціалу підприємств. В економічній літературі виділяють такі основні форми конкурентних структур ринку: «чиста конкуренція», «монополістична конкуренція», «олігополія», «монополія» (табл. 1). Окремі дослідники відносять більшість об'єктних ринків цілісного ринку агропродовольчої продукції до ринків, наближених до чистої конкуренції, однак, при більш глибокому розгляді, дана позиція викликає критику, якщо врахувати, що підприємствами-суб'єктами ринку є не виробники і споживачі, а продавці і покупці.

Однак, економічна теорія, зважаючи на наявність великої кількості виробників і споживачів продукції на об'єктних ринках агропродовольчої продукції, трактує його як ринок, близький до ринку досконалої конкуренції, мотивуючи таку позицію багатьох дослідників тим, що жоден з учасників ринку не може повною мірою контролювати ціноутворення і розподіл продукції на ньому (табл. 1).

Таблиця 1. Типологія конкурентних структур ринку

Характерні особливості	Модель ринку			
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість учасників	Велика кількість	Багато	Кілька	Один
Тип продукту	Стандартизованих	Диференційовані	Стандартизовані або диференційовані	Унікальний
Контроль цін	Відсутні	В межах досить вузьких кордонів	Обмежена взаємозалежність; суттєві у змові	Значні
Умови в'їзду в регіон	Немає ніяких перешкод	Відносно легкий	Значні перешкоди	Заблоковані
Нецікава конкуренція	Відсутні	Значний акцент на рекламі, «брендах» тощо.	Дуже типовий, особливо при диференціації продукту	Більша частина реклами зв'язків фірми з громадськими організаціями

Джерело: [5].

Агропродовольчий ринок є досить обширним щодо формування пропозиції на ньому. Останнє створює можливості для встановлення низького бар'єру входу підприємств на ринок в якості товаровиробників.

При комплексному розгляді ринку сільськогосподарської продукції, тобто як ринку продавців і покупців і як структурованого явища в окремих сегментах, яким властива своя інфраструктура, специфіка домінування інтересів, різне співвідношення

кількості продавців і покупців, а також особливості реакцій на регуляторний вплив, то погляд на вказаний ринок як на ринок досконалої конкуренції не є справедливим і обґрунтованим [1].

З таким висновком необхідно погодитися, так як основні товаровиробники, тобто сільськогосподарські підприємства, в масі своїй не займаються торгово-заготівельною діяльністю з метою формування комерційно значущих товарних партій, а продають свою продукцію переробним підприємствам і, в переважній кількості випадків, посередникам.

У порівнянні з числом споживачів продукції кількість переробних підприємств і посередників є вкрай малою. При цьому останні виступають на цільових ринках в якості покупців, а конкурентні відносини між підприємствами-виробниками формуються і розвиваються саме в сфері доступу до роботи з посередницькими структурами, що пропонують найкращі комерційні умови покупки товарів. Останнє обумовлює характер конкурентної структуризації розглянутих ринків, які, відповідно, можна розглядати як яскраво виражені ринки покупця з олігопсонічною конкурентною структурою, яка прагне на ринках певних товарів до монопсонічної. Основним інструментом реалізації такого домінування є те, що для покупців відкривається можливість встановлення цін і регулювання обсягів продукції. При цьому слід враховувати, що конкурентну структуру на стадії ринкового розподілу продукції від підприємства-виробника до першого покупця можна розглядати як олігопсонію або монопсонію, а на наступних стадіях як олігополію чи, в окремих випадках, монополістичну або навіть наближену до досконалої конкуренції.

З метою здійснення раціональної конкурентної поведінки кожне аграрне підприємства має ідентифікувати цільовий ринок як систему, оцінювати фактори конкурентоспроможності, а також своєчасно мобілізувати важелі управління конкурентоспроможністю своєї продукції на різних стадіях відтворювального процесу.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, в процесі дослідження запропоновано узагальнене функціональне навантаження аграрного ринку та його вплив на економічну поведінку підприємств-товаровиробників. Визначено функціональну структуру ринку продукції аграрних підприємств. Встановлено, що цільові ринки продукції аграрних підприємств за конкурентною структурою можна класифікувати, як ринки олігопсонії і монопсонії на рівні підприємства-товаровиробника. Було ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку цільових об'єктних ринків продукції аграрних підприємств.

Список літератури

1. Андрійчук В. Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції : теоретико-методологічний аспект. *Економіка АПК*. 2004. № 3. С. 29-35.
2. Білик Ю. Д. Становлення і розвиток сучасного продовольчого ринку в Україні. *Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць*. К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки». 2004. С. 177-189.
3. Гуменюк О. О. Розвиток інфраструктури ринку. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7. С. 201-206.
4. Коваленко Ю. С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні. *Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць*. К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2004. С. 47-66.
5. Красноруцький О. О., Данько Ю. І. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України : монографія. Харків : «Майдан». 2009. 262 с.

-
6. Красноруцький О. О. Управління збутом продукції аграрних підприємств : теорія, методологія, практика: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Херсон, 2013. 36 с.
 7. Ласкавий А. О. Менеджмент продуктивності: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2004. 288 с.
 8. Шмига О. О. Інфраструктурне забезпечення ефективного розвитку ринку продукції АПК : дис. ... канд. екон. наук : 08.07.02. Тернопіль : ТДЕУ, 2005. 284 с.

References

1. Andrijchuk, V. H. (2004). «Internal structure of the market of agricultural products: theoretical and methodological aspect». *Ekonomika APK*. 2004. no 3. pp. 29-35.
2. Bilyk, Yu. D. (2004). «Formation and development of the modern food market in Ukraine». *Formuvannia ta rozvytok ahrarnoho rynku: zb. nauk. prats'.* K.: NNTs «Instytut ahrarnoi ekonomiky». pp. 177-189.
3. Humeniuk, O. O. (2013). «Market infrastructure development». *Innovatsijna ekonomika*. no 7. pp. 201-206.
4. Kovalenko, Yu. S. (2004). «Scientific principles and main trends in the formation of the agricultural market in Ukraine». *Formuvannia ta rozvytok ahrarnoho rynku: zb. nauk. prats'.* K.: NNTs «Instytut ahrarnoi ekonomiky», pp. 47-66.
5. Krasnoruts'kyj, O. O., Dan'ko, Yu. I. (2009). *Rozvytok marketynhu na rynku ahroprodovol'choi produktsii Ukrainy*. [Development of marketing in the market of agro-food products of Ukraine]. «Majdan». Kharkiv. Ukraine.
6. Krasnorutskyi, O. O. (2013). *Upravlinnia zbutom produktsii ahrarnykh pidpryemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka*. [Sales management of agricultural enterprises: theory, methodology, practice]. Abstract of D. Sc. Dissertation. Kherson. Ukraine
7. Laskavyj, A. O. (2004). *Menedzhment produktyvnosti*. [Productivity management]. KNEU.
8. Shmyha O. O. *Infrastrukturne zabezpechennia efektyvnoho rozvytku rynku produktsii APK*. [Infrastructural support of effective development of the agro-industrial products market]. Extended abstract of candidate's thesis. TDEU. Ternopil'. Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 02.08.2020 р.