

- 2012. – № 2 (16). – С. 111 – 121 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelno-pravovoe-issledovanie-sotsialnogo-predprinimatelstva-v-stranah-ameriki-i-evropy>
3. Волосковець, Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Текст] / Н.Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. – № 17. – 2010. – С. 105 – 111.
 4. Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності: ISO26000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>.
 5. Програма сталого розвитку України: екологія та соціальний захист [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.esz.org.ua>.
 6. Тенденції: что движет, а что тормозит КСО в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/tendencii-cto-dvizhet-a-cto-tormozit-kso-v-ukraine-173200/>.
 7. Форум соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svb.org.ua/>.
 8. Шевченко, Т.П. Проблеми законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні [Текст] / Т.П. Шевченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – № 2 (9). – 2012. – С. 111.

Отримано 30.08.2016

УДК 338.436:339.924:631.11

Олексій КРАСНОРУЦЬКИЙ, Юрій ЗАЙЦЕВ

**АДАПТИВНІ МЕХАНІЗМИ В СИСТЕМАХ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

***Резюме.** Здійснено теоретичне узагальнення адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції. Обґрунтовано цілісну концепцію побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на засадах їх адаптації до умов цільових ринків збуту продукції, в основі якої лежить ідентифікація конкурентної структури цільового ринку, визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства та мобілізації його конкурентного потенціалу. Ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку об'єктних ринків продукції аграрних підприємств. Запропоновано методичний підхід до визначення конкурентного потенціалу аграрних підприємств на основі систематизації їх збутових систем та визначення ступеня їх адаптивності до змін конкурентної структури та кон'юнктури цільових ринків збуту. Розвинено стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на основі забезпечення позитивної динаміки концентрації капіталу з метою прискорення адаптації підприємств до змін характеристик цільових ринків.*

***Ключові слова:** конкуренція, конкурентний потенціал, концентрація капіталу, цільовий ринок, адаптивний механізм.*

Oleksij KRASNORUTSKYY, Yuriy ZAYTSEV

**ADAPTIVE MECHANISMS IN THE COMPETITIVENESS
MANAGEMENT SYSTEMS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

***Summary.** The article is devoted to the theoretical generalization and obtaining a new solution of scientific substantiation of adaptive economic mechanisms of agricultural enterprises competitiveness improving in the target markets of agricultural products. The conception of construction and operation of the organizational and economic mechanism of agricultural enterprises competitiveness increase on the basis of their adaptation to target markets products is grounded. The economic conditions and structural trends of objective competitive product markets of agricultural enterprises are identified. The methodical approach to determining the competitive potential*

Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах

of agricultural enterprises based on systematization of their marketing systems and determination of the adaptability to changes in the competitive structure of the market situation and target markets degree is considered. Strategic directions for improving the competitiveness of agricultural enterprises on the basis of ensuring the positive dynamics of the enterprises-producers capital concentration to accelerate and streamline enterprise adapt to changes are developed.

Key words: *competition, competitive potential, concentration of capital, target market, an adaptive mechanism.*

Постановка проблеми. Підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності діяльності аграрних підприємств є найголовнішою проблемою економічної науки, яка структурується на значну кількість наукових проблем та завдань нижчих порядків, які відповідають специфіці певних галузей, товарних напрямів спеціалізації, функціональних та секторальних особливостей ведення діяльності. Сучасний стан та існуюча конкурентна структура вітчизняного ринку сільськогосподарської продукції суттєво звужують можливості аграрних підприємств до підвищення конкурентоспроможності своєї продукції та, відповідно, рівня економічної ефективності діяльності, що, в свою чергу, уповільнює темпи їх розвитку та гальмує набуття відтворювальними процесами розширеного характеру. При цьому домінування економічних інтересів торговельних посередників, непропорційність концентрації та ефективності функціонування капіталу, розміщеного в сферах виробництва та обігу, наближення конкурентної ситуації на цільових ринках збуту продукції аграрних підприємств до стану олігопсонії призводять до фактичного унеможливлення суттєвого впливу заходів з підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, крім спрямованих на зрушення в її цінovій складovій. Вказане зумовлює необхідність теоретично-методичного та прикладного пророблення питань залучення ефективного інструментарію та побудови економічних механізмів адаптації аграрних підприємств до ринкової ситуації з метою підвищення рівня конкурентоспроможності їх продукції та рівня економічної ефективності основної діяльності, що й зумовлює актуальність представленого в публікації дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ринкової конкуренції та управління конкурентоспроможністю підприємств, побудови та розвитку конкурентної структури ринку присвячені фундаментальні дослідження як класиків економічної думки, так і визнаних у світі зарубіжних авторів. Ці дослідження створили потужне наукове підґрунтя для вивчення специфічних сфер конкурентних взаємовідносин, зокрема аграрних підприємств, яким приділена значна увага в науковому доробку В.Я. Амбросова, В.Г. Андрійчука, І.Ю. Гришової, С.М. Кваші, Т.Г. Маренич, О.М. Могильного, В.М. Онегіної, О.В. Ульяновченка, Б.О. Язлюка та багатьох інших [1-9]. Не дивлячись на широке охоплення в працях зазначених вчених кола питань побудови конкурентних взаємовідносин аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції, обґрунтованість напрямів та шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, ціла низка проблемних аспектів деталізації процедур управління конкурентоспроможності, формування та функціонування відповідних економічних механізмів, зокрема адаптаційного характеру, формалізації впливу особливостей структурної побудови цільових ринків на результати діяльності аграрних підприємств залишається не повною мірою вирішеними. Останнє актуалізує необхідність пошуку та впорядкування адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції.

Мета статті – обґрунтування теоретично-методичних засад ідентифікації та використання адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції.

Виклад основного матеріалу. Систематизація наукових поглядів на ринкову конкуренцію, зокрема на цільових ринках продукції аграрних підприємств, дозволяє

розглядати її в якості ключового типу економічних взаємовідносин суб'єктів поряд з відносинами обміну та співробітництва. В ході дослідження визначено особливості взаємного впливу та сутності економічного зв'язку конкурентоспроможності підприємства та продукції. При цьому було використано методичний підхід, який ґрунтується на встановленні взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності з рівнем економічної ефективності. Теоретично доведено, що виробництво та збут конкурентоспроможної продукції підприємства, тобто такої, яка успішно реалізується представникам цільової споживацької аудиторії, зумовлює досягнення підприємством-виробником певного рівня економічної ефективності, який є адекватним завданням відтворення авансованого капіталу, а отже, відновлення виробничо-комерційного циклу. При цьому здійснення ефективної діяльності дозволяє підприємствам-товаровиробникам акумулювати певні маси прибутку та реінвестувати їх у розвиток свого економічного потенціалу шляхом удосконалення товарної номенклатури, технологій виробництва та збуту продукції, створення цінових та якісних конкурентних переваг тощо. Останнє зумовлює підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Тобто ефективне функціонування суб'єкта сфери виробництва продукції є запорукою його конкурентоспроможності, а досягнення певного рівня конкурентоспроможності – передумовою підвищення економічних результатів та ефективності діяльності.

Слід зазначити, що економічна ефективність діяльності підприємства є статистичною характеристикою досягнення ним певних результатів за умови несення визначених умовами здійснення основної діяльності витрат. При цьому економічна наука дозволяє характеризувати рівень економічної ефективності діяльності підприємства за допомогою абсолютних, відносних, часових та порівняльних показників. У свою чергу, конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства є динамічною характеристикою економічного потенціалу підприємства як сукупності можливостей виробництва та збуту продукції з необхідними для досягнення певних економічних результатів властивостями та при визначених витратах, що має забезпечувати успіх продукції на ринку. Такий розгляд процесу формування конкурентоспроможності дозволяє уникати численних методичних протиріч, які виникають при її кількісному оцінюванні. При цьому середовищем формування конкурентоспроможності є цільові ринки продукції підприємств.

Комплексне вивчення конкурентної побудови цільових ринків продукції аграрних підприємств дозволили визначити складний та неоднорідний характер його конкурентних структур. Складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Дослідження показали, що на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як олігопсонію або, в деяких випадках, монопсонію. На подальших рівнях ринкового розподілу продукції аграрних підприємств конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, в ринкову структуру, наближену до досконалої конкуренції.

Причиною вказаної ситуації є відмінності в концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств і підприємств-суб'єктів сфери обігу, а також їх кількість та тенденції домінування або пригнічення економічних інтересів окремих груп учасників ринку, а отже, відповідно, ступінь повноти їх реалізації. На більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції економічні інтереси аграрних підприємств виявляються пригніченими з зазначених вище причин, що ускладнює підвищення економічної ефективності їх діяльності та нормалізацію відтворення.

Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах

Вказане дозволяє визначити пріоритетні напрями мобілізації інструментів підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, застосування яких має бути системним. Останнє зумовлює необхідність обґрунтування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства (рис. 1), який являє собою систему факторів, засобів, інструментів та суб'єктів опосередкування їх впливів і дій, які забезпечують зміну рівнів конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції на цільових ринках збуту.

При цьому система управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства є поєднанням трьох інструментальних систем управління витратами, обсягами та збутом, тобто сполученням економічних, організаційних та управлінських інструментів, застосування яких призводить до створення та реалізації конкурентних переваг.

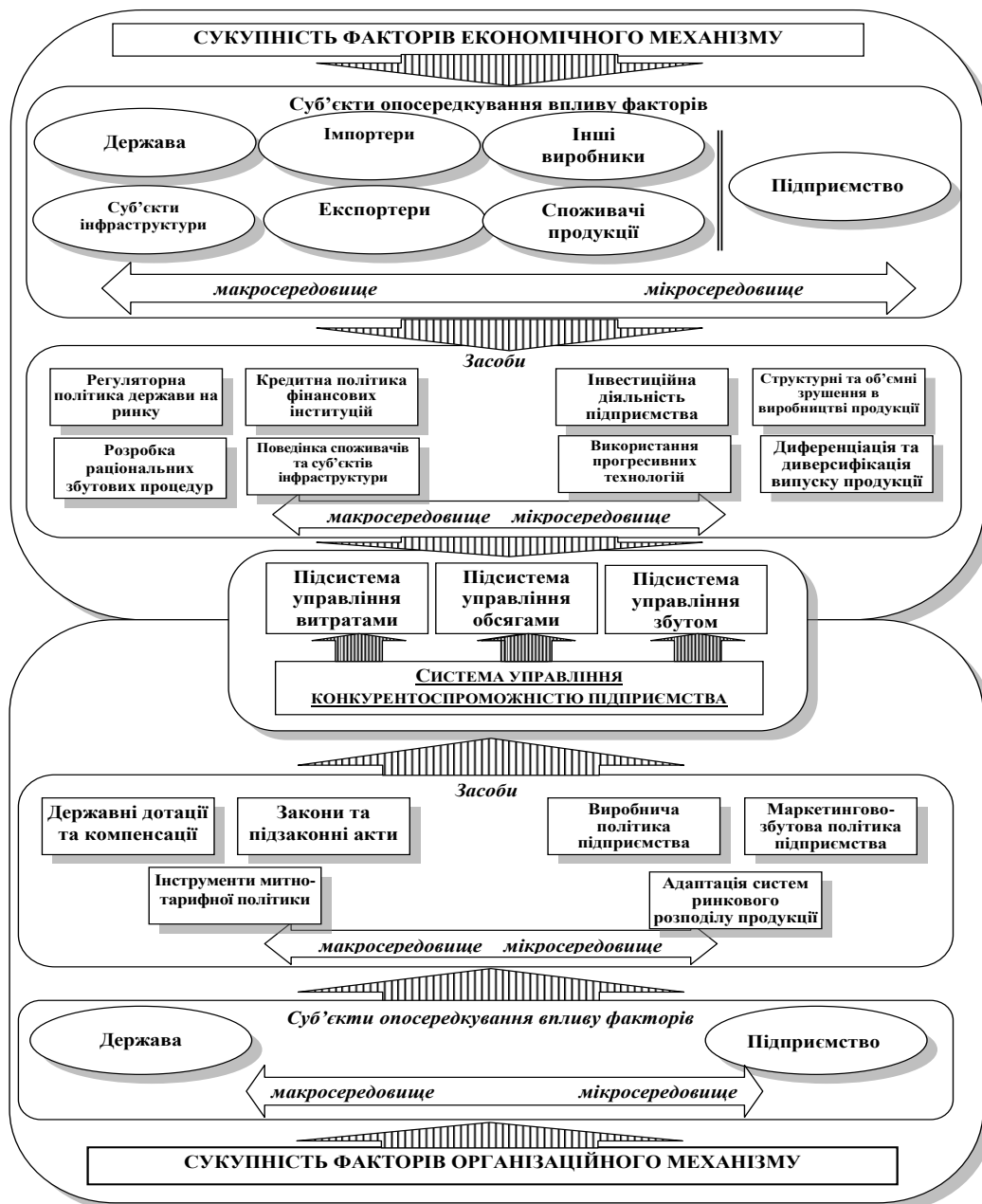


Рисунок 1. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства на цільових ринках

Figure 1. Organizational and economic mechanism of competitive agricultural enterprises in target markets

Примітка: розроблено авторами.

Вітчизняний аграрний ринок є відкритою системою з ознаками значної турбулентності. Ознаками останньої є недостатньо високий рівень внутрішнього споживання, залежність ринкової кон'юнктури від структурно-динамічних тенденцій зовнішніх ринків, низький рівень інфраструктурного розвитку. Деформація конкурентних структур внутрішнього ринку зумовлює тенденції ціноутворення на стадії продажу продукції аграрними підприємствами посередникам, інтереси яких домінують над інтересами товаровиробників, що суттєво знижує рівень економічної ефективності основної діяльності останніх. Вказане вимагає формалізації особливостей функціонування ринку сільськогосподарської продукції в контексті ідентифікації умов підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності діяльності аграрних підприємств.

Основними причинами уповільнення розвитку аграрних підприємств є: інфраструктурне відставання в розвитку вітчизняного аграрного ринку у порівнянні з іншими товарними ринками, деформація економічних інтересів та негармонійний характер розподілу доходів між функціональними групами підприємств-учасників ринку, відсутність розвинених каналів збуту продукції аграрних підприємств, непрозорість ціноутворення фактично на всіх стадіях ринкового розподілу продукції.

Зокрема, в структурі доходів від реалізації продукції вітчизняними аграрними підприємствами в 2014 році виручка від реалізації зерна займала 35,2 % при рентабельності виробництва та реалізації 29,3 %. При цьому рентабельність виробництва та реалізації товарного насіння соняшнику складала 78,6 % [10]. Такі перекося в ефективності не можуть на відобразитися на структурі товарного виробництва аграрних підприємств. Причинами цього є недосконалість ринкової інфраструктури, відсутність у підприємств-товаровиробників власної бази зберігання та можливостей формування комерційно-значущих партій більшості видів сільськогосподарської продукції.

Важливим інструментом ефективного функціонування аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції та підвищення конкурентоспроможності є обґрунтоване застосування процедур вибору комбінації каналів ринкового розподілу продукції. Результати аналізу особливостей розвитку збутових систем аграрних підприємств дозволив виділити основні періоди їх становлення та порівняти показники рентабельності виробництва і реалізації продукції з питомою вагою обсягу її реалізації посередникам (рис. 2).

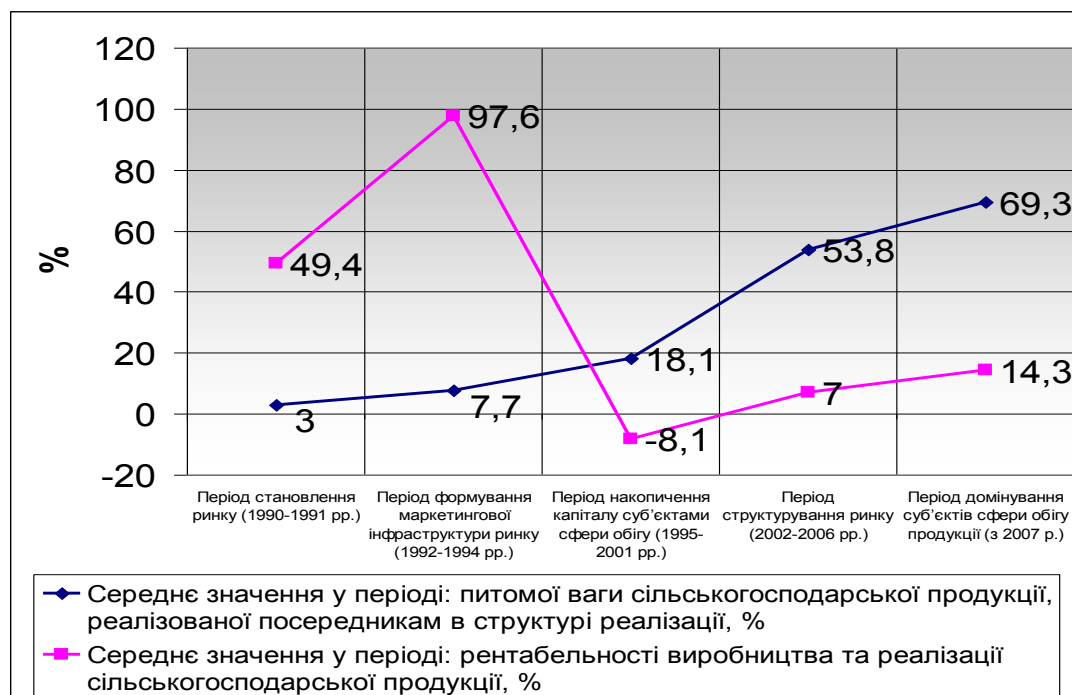


Рисунок 2. Співставлення рентабельності виробництва та реалізації продукції аграрних підприємств з питомою вагою продукції, реалізованої посередникам у 1990 – 2014 рр.

Figure 2. The comparison of the profitability of production and sales of agricultural enterprises goods with the proportion of products sold to intermediaries in the 1990 – 2014

Примітка: розраховано за даними [10].

Виконані дослідження дозволили виділити етапи та закономірності становлення систем управління збутом продукції аграрних підприємств. Встановлено, що об'єктивним критерієм їх трансформації є зміни в структурі використання каналів ринкового розподілу. Враховуючи, що продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на продовольчих ринках є окремими варіантами використання прямого збуту або побудови вертикальних маркетингових систем, критичними є зміни питомої ваги обсягів продукції, які реалізуються посередникам.

Методичний підхід до ідентифікації причин трансформації конкурентної ситуації в товарно-цільових сегментах ринку продукції аграрних підприємств, заснований на визначенні показників концентрації капіталу, дозволив визначити параметри концентрації капіталу та ступінь їх зв'язку з показниками економічної ефективності діяльності функціональних груп підприємств-учасників вказаних ринків (рис. 3).

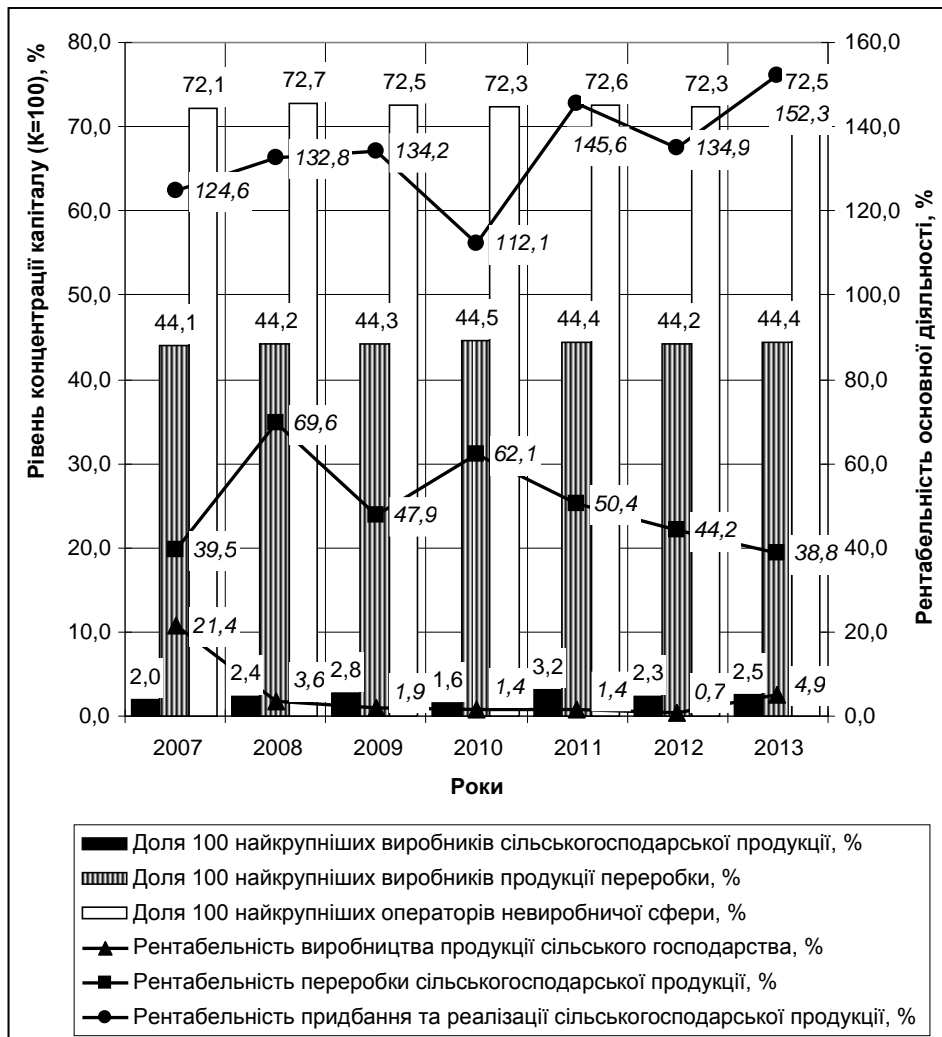


Рисунок 3. Співвідношення рівнів ринкової концентрації, концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності функціональних груп підприємств-учасників ринку сільськогосподарської продукції в 2007 – 2013 рр.

Figure 3. The ratio of market concentration, concentration of capital and economic efficiency of the basic functional groups enterprises-participants of agricultural market in 2007 – 2013

Примітка: розраховано за даними [10].

Співставлення отриманих результатів співвідношень з реальними економічними результатами діяльності аграрних підприємств доводить об’єктивне існування суттєвих викривлень економічних інтересів аграрних підприємств. Слід зазначити, що обсяг доходів аграрних підприємств, як безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, склав лише третину від ціни її споживання. Вказане не сприяє результативному та інтенсивному розвитку основної діяльності аграрних підприємств. Зазначені дисбаланси більш виражено проявляються на цільових ринках продукції тваринництва, де лише п’ята частина ціни споживання повертається аграрним підприємствам у вигляді виручки від реалізації продукції. Останнє суттєво скорочує шанси вказаного галузевого напрямку на інтенсифікацію свого розвитку в аграрних підприємствах.

Гармонізація економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської

Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах

продукції передбачає усунення умов для виникнення цінового диктату з боку тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку. Шляхом вирішення цього проблемного питання є підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств. При цьому рівень концентрації капіталу в межах тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку, а саме товаровиробників, посередників, експортерів, переробних підприємств визначає їх раціональну поведінку, спрямовану на підвищення економічної ефективності діяльності, а отже, і конкурентну політику, адже за інших рівних умов варіантів раціоналізації політики підприємства багато бути не може. Останнє зумовлює застосування відповідних стратегій, як правило, спрямованих на набуття підприємствами достатньої для повноцінної реалізації економічного потенціалу ринкової частки, створення цінових переваг перед конкурентами без суттєвого зниження рівня економічної ефективності власної діяльності тощо. Вказана обставина викликає всі зрушення всередині ринкової інфраструктури, а отже, зумовлює необхідність адаптації підприємства до умов, вплинути на які через недостатню ринкову владу воно не в змозі.

Розгляд факторів створення конкурентних переваг аграрних підприємств та їх продукції є розгляд їх конкурентоспроможності через призму економічної ефективності. Отже, основними індикаторами формування та розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств (табл. 1) є: рівень рентабельності виробництва та реалізації продукції, розміри підприємства та масштаб виробництва, ефективність функціонування систем стратегічного планування діяльності, ефективність управління.

Таблиця 1

Ідентифікація конкурентного потенціалу через показники економічної ефективності окремих аграрних підприємств Харківської області в показниках 2014 року

Table 1

Identification of potential competition through some indicators of economic efficiency of agricultural enterprises of Kharkiv region in terms of 2014

Показник	Підприємства						
	СК «Восток» Ізюмського району	Агрокомбінат «Слобожанський» Чугуївського району	ПАОП «Зоря» Красноградського району	ПАОП «Промінь» Красноградського району	ДГ «Кутузівка» Харківського району	ТОВ «Новий шлях» Борівського району	ТОВ «Агрофірма імені Гагаріна» Зміївського району
1	2	3	4	5	6	7	8
Площа сільськогосподарських угідь, га	10330	5575	10062	5514	8743	3589	4431
- у т.ч. ріллі	6497	5575	9351	5514	7568	3589	3784
Чисельність працівників, осіб	500	716	305	307	289	170	160
- у т.ч. у рослинництві	243	83	95	43	77	69	37
у тваринництві	257	633	210	264	212	101	123
Виручка від реалізації, тис. грн.	30401,6	66334,5	34799,8	21533,8	18292,7	5897,4	9059,1
- у т.ч. у рослинництві	7720,5	11589,8	23504,1	11976,1	6192,1	4000,1	3001,3
у тваринництві	21710,8	51690,6	11295,7	8995,6	12100,6	1727,7	6008,1

Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах

Закінчення таблиці 1

The end of the table 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Повна собівартість, тис. грн.	22095,5	130693,4	24830,7	19455,2	16537,3	5872,5	6636,1
- у т.ч. у рослинництві	5717,8	7498,1	15360,4	9598,9	4095,8	2862,7	1733,7
у тваринництві	15328,3	120214,3	9470,3	9126,2	12441,5	2705,9	4877,0
Прибуток (збиток), тис. грн., в т.ч.:	8306,10	-	9969,10	2078,60	1755,40	24,90	2423,00
продукції рослинництва	2002,70	4091,70	8143,70	2377,20	2096,30	1137,40	1267,60
продукції тваринництва	6382,50	-	1825,40	-130,60	-340,90	-978,20	1131,10
Рівень рентабельності (збитковості), %, в т.ч.:	37,59	-49,24	40,15	10,68	10,61	0,42	36,51
продукції рослинництва	35,03	54,57	53,02	24,77	51,18	39,73	73,12
продукції тваринництва	41,64	-57,00	19,27	-1,43	-2,74	-36,15	23,19

Примітка: розраховано за даними ф. 50-СГ «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств».

Набуття підприємствами тенденції до підвищення рівня економічної ефективності діяльності на тому чи іншому цільовому ринку є свідченням успішної реалізації його конкурентного потенціалу розвитку. Втім, таке підвищення може бути спричинено короткотерміновою тенденцією до зростання цін на відповідні види продукції. Останнє зумовлює моментальний характер змін конкурентоспроможності продукції та тенденційний характер змін конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, важливою ознакою конкурентоспроможності підприємства є тривалість та перспективність оперування на визначеному ринку з певним товаром.

З огляду на тривалість перспективи успішної діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції ідентифіковано основні стратегічні пріоритети підвищення їх конкурентоспроможності, до складу яких слід відносити: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками із залученням інтеграційних інструментів, створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; збільшення розмірів аграрних підприємств та масштабів виробництва з метою відкриття можливостей для утворення комерційно-значущих партій сільськогосподарської продукції; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій у виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; освоєння видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому ринку, зокрема органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції; раціональне вирішення проблеми зберігання продукції з метою результативного використання сезонних цінових коливань на цільових ринках збуту.

Реалізація вказаних стратегічних напрямів у вигляді процедур управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції дозволить останнім підвищити економічну ефективність своєї діяльності, збільшити рівень ринкової влади та ефективно адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

Висновки. Обґрунтована концепція побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств передбачає включення до його складу елементів та компонент, що відносяться до зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства та відрізняються інтенсивністю впливу на формування рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції на цільових ринках. Вказана концепція дозволяє ефективно адаптувати систему управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства до умов цільових ринків збуту продукції за рахунок коректної ідентифікації його конкурентної структури та визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності та мобілізації конкурентного потенціалу підприємства.

Conclusions. Reasonable concept of construction and operation of organizational and economic mechanism of increasing the competitiveness of agricultural enterprises provides for the inclusion of its elements and components relating to external and internal environment and differ in intensity of influence on the formation of the company's competitiveness and its products in target markets. The above concept can effectively adapt management of competitive agricultural enterprises to the conditions of target sales markets by correctly identifying its competitive structure and determine a rational position of the company-producer, a reasonable choice of instruments of influence on the competitiveness and competitive mobilization of company's potential.

Використана література

1. Амбросов, В.Я. Зібрання наукових праць. Т. 5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань [Текст] / В.Я. Амбросов. – Х.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.
2. Андрійчук, В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія [Текст] / В.Г. Андрійчук. – К., 2006. – 292 с.
3. Гришова, І.Ю. Особливості формування конкурентних переваг в системі конкурентних відносин підприємств харчової промисловості [Текст] / І.Ю. Гришова, О.В. Митяй // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – № 11. – С. 211 – 218.
4. Кваша, С.М. Наукові підходи до регулювання аграрного ринку [Текст] / С.М. Кваша // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С. 42 – 45.
5. Амбросов, В.Я. Наукові положення удосконалення економічного і господарського механізмів розвитку сільського господарства [Текст] / В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич // Економіка АПК. – № 10. – 2005. – С. 14 – 19.
6. Онегіна, В.М. Державне регулювання цін і доходів аграрних товаровиробників: монографія [Текст] / В.М. Онегіна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.
7. Могильний, О.М. Регулювання аграрної сфери: монографія [Текст] / О.М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.
8. Ульяновченко, О.В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку [Текст] / О.В. Ульяновченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць – Вип. 252: в 6 т. – Т.6. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1467 – 1472.
9. [Язлюк, Б.О. Формування та реалізація інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства \[Текст\] / Б.О. Язлюк // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Економіка. – 2006. – № 20. – С. 149 – 152.](#)
10. Сільське господарство України за 2014 рік. Статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 379 с.

Отримано 22.09.2016