

Ольга Борисівна КАЛАМАН

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і логістики,
Одеська національна академія харчових технологій

**ТЕОРЕТИЧНІ СКЛАДОВІ, ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ, РОЗВИТОК ПОНЯТТЯ РИНКУ
ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСТВА**

Каламан, О. Б. Теоретичні складові, особливості управління, розвиток поняття ринку продукції виноградарства [Текст] / Ольга Борисівна Каламан // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 21. – № 1. – С. 50-55. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті розглянуто основні етапи розвитку поняття «ринок» та його модифікація в певних економічних умовах. Виявлено особливості функціонування та управління ним в складних сучасних реаліях. Зображено реальні тенденції та результати розвитку «ринку» як центрального поняття в суспільних відносинах. Відокремлені важливі складові сучасного агропродовольчого ринку. Доведено, що їх адекватне та доцільне співставлення, а також вільні можливості розвитку дають позитивні результати діяльності економіки в цілому. З історичної точки зору зображено, яку саме роль має правильний та всебічний аналіз ринкового середовища для ефективної економіки. Розглянуті сучасні тенденції управління ринком як важливою складовою кожної економічної системи. Представлені сучасні підходи до управління функціонуванням всіх окремих елементів цілісного та важливого ринкового механізму. Показано які особливості має ринок продукції виноградарства як частина загальної системи агропродовольчих ринків. Виявлено його місце в загальній структурі та результатах функціонування всього комплексу. Виокремлено особливі проблеми ефективної взаємодії ринку продукції виноградарства із іншими складовими економічних перетворень. Запропоновано корисні, досконалі та високоєфективні механізми взаємодії ринку продукції виноградарства і загальною структурою агропромислового ринку.

Ключові слова: ринок; агропромисловий ринок; торгівля; попит; пропозиція; регіональний ринок; структура ринку; складові елементи.

Olha Borysivna KALAMAN

PhD in Economics,
Associate Professor,
Odessa National Academy of Food Technologies

**THEORETICAL COMPONENTS, MANAGEMENT FEATURES, MARKET CONCEPT
DEVELOPMENT OF PRODUCTS OF VITICULTURE**

Abstract

The main stages of the concept "market" and its modification in certain economic conditions are in the article. The features of the operation and management in the complex modern realities are revealed. The trends and real results of development of "market" as the central concept in public relations are shown. Important components of modern agri-food market are singled out. It has been proved that their adequate and appropriate comparison, and free development opportunities give positive results of the economy activity as a whole. From a historical perspective it has been shown what kind of role should have the correct and comprehensive analysis of the market environment for efficient economy. The modern trends of market management as an important part of every economic system are shown. Current approaches to control the functioning of all the individual elements of the integral and important market mechanism are analysed. The features of a market of viticulture production as part of the overall agro-food markets are defined in the article. It has been found out its place in the overall structure. The results of operation of the entire complex are shown. The problems of effective cooperation of wine market products with other components

of the economic transformation are singled out. Useful and highly sophisticated mechanisms of the market products of viticulture and the general structure of agriculture market are proposed.

Keywords: market; agro market; trade; demand; offer; regional market; market structure; components.

JEL classification: Q160

Вступ

Важливість наукового економічного забезпечення розвитку ринку продукції виноградарства зумовлена низкою чинників, серед яких найбільш важливими виступають, з одного боку, соціальна значущість для життєдіяльності нації виноградної продукції, що забезпечує життя людини необхідними вітамінами та макроелементами, а з іншого – перспективи масштабних економічних здобутків виноградарства в ринкових умовах.

Проблеми економіки виноградарства в Україні знайшли відображення в працях науковців, серед яких А. М. Авідзба, А. М. Бузні, Г. Г. Валуйко, В. А. Виноградов, О. М. Гаркуша, В. А. Загоруйко, І. Г. Матчина, Н. П. Петруня та деякі інші. Проте питання, пов'язані безпосередньо з аналізом та уточненням понять стосовно сучасного ринку продукції виноградарства та його складових, поки що залишаються недостатньо дослідженими.

Мета статті

Метою статті є уточнення поняття регіонального ринку винограду, його складових та особливостей розвитку в пореформений період.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасний ринок продукції виноградарства переживає своє становлення. Саме тому процеси, які тут відбуваються, швидкоплинні та вимагають уважного вивчення спеціалістами перед прийняттям до уваги виробниками. Взагалі поняття ринок на всіх рівнях свого розвитку є одним з найбільш вживаних у сучасному суспільстві, через те, що стосується кожної конкретної людини. Населення країни все ще проходить адаптацію до ефективного та успішного існування в сталих ринкових умовах, які характеризуються вільним та результативним рухом товарів, досконалою конкуренцією, дієвим механізмом ціноутворення на основі рівноваги попиту і пропозиції, відносною пріоритетністю інтересів усіх споживачів, спрямованістю господарюючих суб'єктів усіх форм власності на отримання максимальних реальних прибутків.

В історичному минулому країни ставлення до ринку як основи економічної діяльності було неоднозначним. Спочатку владні державні органи його недооцінювали і категорично заперечували в усіх проявах. Як наслідок, економіка республіки, яка була в складі Радянського союзу, набула кризових рис. Про це свідчили висновки зарубіжних і радянських вчених, формуючи наукове підґрунтя необхідності функціонування вітчизняної економіки на ринкових ефективних засадах. Проведена глибинна трансформація управління суспільним виробництвом об'єктивно вимагає наукового з'ясування сутності ринку, його складових та закономірностей розвитку. Проте функціонування ринкового механізму трактується вченими досить неоднозначно і суперечливо.

Теорія розвитку сучасного ринку на всіх рівнях та у сферах функціонування відображає існуючі історичні умови становлення прикладної економічної науки. Російський лексикограф та етнограф В. І. Даль сутність ринку трактує як площу в містах і селах для торгівлі харчовими і іншими важливими запасами на волі (на повітрі), місце зібрання (зустрічі) продавців і покупців за визначеними днями; а також як торг, торжище, базар [1]. Ринок, згідно зі словником російської мови С. І. Ожегова, виступає, по-перше, як сфера товарообороту або товарного обігу; по-друге, як місце роздрібно-системної торгівлі під відкритим небом чи в торгових рядах, базар [2]. У Малій радянській енциклопедії (1931 р.) визначення ринку має такий вигляд: «Ринок – в життєвому ужитку – базар, місце продажу та купівлі товару» [3]. В політичній і економічній – це сукупність окремих угод або відносин щодо купівлі-продажу товарів, сфера товарного обігу. Такою була в кінці 19 на початку 20 сторіччя еволюція досліджуваного поняття.

Аналогічне трактування знаходимо в поясненні слів, які найбільш часто використовуються населенням нашої країни. Так «Короткий тлумачний словник української мови» [4], що охоплює загальноповсякденну лексику та фразеологію української літературної мови і відбиває сучасний стан її словникового складу, поняття «риннок» подає як:

1. Місце роздрібно-торгівлі харчовими продуктами і товарами під відкритим небом або в торгових рядах.

2. Сфера товарного обороту, сукупність актів купівлі і продажу товарів.

Наведені підходи до трактування поняття «риннок» ґрунтуються на побутовій поведінці людей. Вони

здійснюють процедуру ринкового обміну за прийнятими на певній території звичаями. Спільними в характеристиці ринку минулого було ототожнювання з базаром і прив'язкою до конкретної місцевості. Проте у визначеннях втілено істотні відмінності, які чітко відображають, що сучасне тлумачення ринку всебічно розширюються та поглиблюються, закладаючи ґрунтовну основу розвитку відповідної важливої наукової категорії.

Еволюція ринкових відносин спричиняє активний пошук науковцями визначення сутності сучасного ринку. Так в економічній енциклопедії кінця 70-х років минулого сторіччя ринок подається як сукупність соціально-економічних відносин у сфері побутового обміну, завдяки яким постійно здійснюється реалізація необхідних товарів і остаточне визначення суспільного характеру праці, яка в них закладена. У 90-х роках 20-го сторіччя в економічних словниках ринок визначається як сфера реальної економіки, у якій відбувається процес товарного обігу. Зустрічаються наступні визначення ринку:

1. Місце купівлі-продажу популярних товарів або послуг, укладення актуальних торгових угод.

2. Економічні відносини, пов'язані з еквівалентним обміном товарів і послуг, у результаті яких формуються реальний попит, пропозиція та ціни.

Ринок – це економічні відносини між людьми, що проявляються через тотожний обмін, який формується та функціонує за законами товарного виробництва і системного обігу. Ринок – це ефективна організація доступних господарських зв'язків, за допомогою якої успішно взаємодіють покупці та продавці товарів, щоб визначити реальні ціни та обсяг потрібних суспільству продуктів та послуг. Ринок – це досконала система соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється поточна реалізація необхідних товарів. Ринок залишається сучасним та актуальним способом зв'язку між відокремленими товаровиробниками в складних умовах розвиненого суспільного поділу праці. Деякі економісти визначали ринок як універсальний інструмент ефективного економічного саморегулювання, за допомогою якого встановлюється динамічна рівновага та відповідність попиту і пропозиції. Але з сучасної економічної позиції, ринок – це певне місце, де збираються продавці і покупці для купівлі-продажу певних товарів.

На початку XXI сторіччя у фінансовому словнику-довіднику подається: ринок – це система економічних відносин, що складається у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб'єктів у виборі покупців та продавців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних і фінансових ресурсів. Ринок передбачає наявність різних форм власності і господарювання. Електронний тлумачний словник теж дає визначення цього поняття, а саме: ринок – це інформаційно пов'язана сукупність людей, які мають схожі потреби та бажання відносно певної категорії товарів або послуг та мають можливість придбати ці товари або послуги.

Наведені визначення свідчать, що сучасний ринок усіх сфер життєдіяльності є складним та системним економічним явищем. Його логічна форма в понятійному виразі виходить за межі безпосереднього ринкового дійства, яке сприймається людиною у відчуттях та уявленнях. Мають місце узагальнення щодо основних складових економічних реальних процесів, що відбуваються в мінливому ринковому середовищі. Цілком логічно ринок подається як економічна самостійна категорія товарного виробництва, що пов'язана з актуальною системою економічних взаємовідносин, обумовлених способом матеріального необхідного виробництва. Ринок є формою ефективного зв'язку між активними товаровиробниками. Тобто досліджуване явище правомірно відноситься до найбільш загальних понять, що віддзеркалюють основні властивості та закономірності об'єктивної реальності і визначають характер дієвого науково-теоретичного мислення сучасної епохи.

Провідні економісти вважають, що сучасний активно функціонуючий ринок є об'єктивно необхідною і незамінною формою адекватного раціонального і ефективного розвитку економіки та окремих галузей, висхідного руху суспільства і цивілізації. Будучи місцем, де відбувається процес обміну між товаровиробниками, цей елемент товарно-грошових відносин визначає можливості подальшого перевершення кількісних і якісних показників виробництва товарів і послуг відносно до попередніх, а також економічні структурні зрушення, оцінка й правомірність яких здійснюється людьми через ринкові механізми. Завдяки цьому створюються умови для прояву нового, більш високого рівня якості суспільного виробництва, розвитку підприємництва та господарської ініціативи. Тобто ринок виступає специфічним фактором формування економічного середовища, що спрямоване на прогресивний розвиток національної економіки та її секторів, суспільства і людства загалом.

Фахівець-економіст І. А. Рабинович подає дещо ширше поняття «ринок» – це раціональна сукупність соціально-економічних процесів, що відбуваються у сфері обміну, завдяки яким реалізується вартість товарів і узгоджуються всебічні інтереси їх виробників і кінцевих споживачів. Тут же уточнюється, що ринок є універсальним інструментом економічного саморегулювання, за якого встановлюється адекватна відповідність попиту і пропозиції [5]. Зазначається, що на ринковому полі розгортаються драматичні змагання товаровиробників, приймаючи форму конкурентної боротьби. Ринок образно порівнюється зі своєрідним модифікованим насосом, через який відбувається «всмоктування» і «переливання» капіталів,

сприяючи розширенню та розвитку виробництва. Отже, тут акцентується на позитивному впливу ринкових процесів на нарощування матеріальних благ та виділяється саморегулююча ефективна функція ринку як важливої складової соціально-економічних процесів у турбулентному суспільстві.

Економісти Пушкар М. С. та Пинхасик В. А. вважають ринок однією із економічних категорій товарного господарства, що уособлює сферу реального товарного обміну [6]. Економісти-аграрники П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко, розкриваючи основи організації сучасного ринку сільськогосподарської продукції, визначають його як постійно розвиваючу цілеспрямовано упорядковану систему існуючих ресурсів, установ та методів, завданням якої є створення і підтримування ринкового середовища в мінливому стані максимального наближення до ідеальної конкуренції і здатності генерувати ринкові ціни як співвідношення ціни, попиту та пропозиції. Якщо в першому випадку має місце більш загальне визначення, то в другому – відокремлюється положення чистої конкуренції, що досить поширене у сфері аграрного підприємництва [7].

У навчальному посібнику маркетингу Євдокимов Ф. І. та Гавва В. М. розкривають ринок як центральну категорію будь-якого економічного механізму, що ґрунтується на обміні результатами суспільної праці [8]. Ринок – це сукупність соціально-економічних відносин у площині обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарів і послуг ринку. Ринок – це сфера реального обміну, де діє сукупність дійсних і потенційних продавців і покупців. Взагалі під ринком слід розуміти сукупність виробничих відносин, що складаються між активним виробником і споживачем товарів та послуг шляхом обміну.

В іншому навчальному посібнику з основ маркетингу ринок розглядається як синтетичний сукупний показник товарно-грошових відносин, купівлі-продажу товарів, послуг, грошей, цінних паперів, кредитів та інших факторів; як місце зіткнення виробників і споживачів; місце здійснення реальної і об'єктивної оцінок і визначення вкладеної в товар праці.

На нашу думку, ринок – це системна та сукупна економічна категорія товарного господарства, яка становить сферу товарного обігу (обміну). Вона характеризується певною системою структурованих економічних відносин між продавцем та покупцем, у яких проявляються виробничі відносини певного способу суспільного виробництва. Ринок слід відділяти від ринкових категорій, які є його невід'ємними характеристиками. До таких категорій належать:

- пропозиція та попит;
- ціна;
- ринковий механізм загалом, який містить ці елементи ринку у їх тісному взаємозв'язку;
- певна система економічних взаємовідносин, що складаються між покупцем і його продавцем у процесі обміну, та інше.

Відмінними рисами сучасного сільськогосподарського ринку є:

- гнучкість, що зумовлена господарською самостійністю всіх форм власності економічних суб'єктів;
- ефективність функціонування;
- прагнення до системної рівноваги.

Оптимальне та результативне функціонування ринку передбачає доступну наявність реальних умов:

- вхід на ринок повинен бути постійно вільним;
- наявність вільних та доступних ресурсів та їх вільне використання;
- вільний доступ до ринкової правдивої та структурованої, всебічної, об'єктивної інформації;
- відсутність невиправданого монополізму у сільськогосподарському виробництві та ціноутворенні.

Функціонування ринку підкорюється двом законам: закону вартості та попиту і пропозиції. Відповідно до першого, відбувається формування рівня середніх цін та рівня суспільно-необхідних витрат на оптимальне виробництво продукції, продуктивність праці та інше. Відповідно до другого, визначається еквівалентність обміну, співвідношення грошових і товарних потоків.

Російські економісти П. С. Зав'ялов та В. Е. Демидов ринком визначають сферу реального обміну [9]. Вони застерігають від змішування понять ринку та торгівлі. Адже ринок становить особливу сучасну економічну категорію, а торгівля – це окрема галузь економіки. До слова «ринок», як правило, додають який-небудь термін, що його уточнює. Якщо цікавить сфера обміну, що охоплює всю національну територію, то отримуємо ринок країни. Світовий ринок – це окрема сукупність усіх національних ринків держав, зв'язки між якими опосередковані системою міжнародною торгівлею. Якщо ж розглядати міжнародний обмін сільськогосподарською продукцією, то ми отримуємо ринок цього товару, усередині якого зможемо виділити ринки певних культур та ін.

Такий підхід ґрунтується на тому, що виникнення ринку є результатом суспільного поділу праці і спеціалізації виробництва, що поєднується з наявністю індивідуальної приватної власності на продукти праці власників, які рівноправні між собою в ринкових процесах. Ринок відбиває зв'язок виробництва та споживання, здійснює суспільну оцінку процесів виробництва і збуту продукції, виступає обов'язковою умовою успішного існування та розвитку суспільства. Цілком справедливо у наведених визначеннях ринку центральне місце займає процес обміну. Завдяки йому відбувається передача права власності на

реальні товари та кошти, при цьому ринковим відносинам притаманна економічна незалежність товаровиробників, їх повна самостійність, можливість на власний розсуд реагувати на вимоги ринку. Таким чином, важливою умовою існування ринку виступає економічна незалежність та інтереси учасників ринкового обміну.

Наведені трактування свідчать, що поняття «ринку» постійно розвивається і завдяки доповненню новими елементами та взаємозв'язками між ними ускладнює зміст цієї економічної категорії. Так з початку свого існування ринок був локальним і охоплював населення, що проживало на обмеженій території. Розширення товарного виробництва викликало відповідні ринкові зміни, трансформуючи його до сучасної форми, що має характер економічної глобалізації.

Товарне виробництво, започатковуючи процес розширеного суспільного відтворення, виступає однією з важливих складових будь-якого ринку. Товарне виробництво утворюється з конкретних економічних секторів, вироби і послуги яких формують відповідні різномірні ринки. Серед них завдяки своїм масштабам виробництва, економічній та соціальній вагомості, просторовій поширеності практично на всі регіони країни виділяється аграрний ринок.

Відокремлення ринків за ознаками, що враховують сферу суспільного виробництва та товарну специфіку, проводять різні вчені-економісти. За товарною особливістю представники прикладної аграрної науки подають наступну ринкову структуру:

- ринок споживчих товарів, послуг, житла, приміщень та споруд виробничого призначення;
- ринок засобів виробництва та виробничих видів діяльності;
- ринок грошових коштів, валюти, цінних паперів;
- ринок праці, робочої сили, робочих місць;
- ринок інформації, інтелектуального продукту, інновацій, «ноу-хау», сучасних технологій.

Подібнення суспільного виробництва і виокремлення відповідних ринків окремих секторів економік, товарних груп галузей і навіть товарів є логічним як з наукової, так і з практичної точок зору. Наведений підхід ґрунтується на обсягах виробництва конкретної товарної продукції, її соціально-економічній значущості, особливостях виготовлення. З огляду на вищезазначене аграрний ринок сьогодні є складним та багатограним, бо його формують зерновий, олійний, овочевий, цукробуряковий, молочний, м'ясний, ягідний, виноградний та інші, де вироби кожного мають своє певне функціональне призначення, характерні особливості та певні вимоги щодо переробки, зберігання, сертифікації, фасування, пакування, функціонування, маркування, продажу, транспортування тощо.

Ринок винограду доцільно виокремити як самостійний. Підставою для такого його відокремлення слугує масштаб виробництва – вагомі загальні обсяги та стала участь у такому процесі країни протягом всієї історії її існування. Дозволяє звернути особливу увагу на цей ринок надзвичайна велика частина надходжень до державного бюджету: Україна колись збирала до одного мільйона тонн винограду за рік, при цьому 40 % врожаю експортувалося. Вагомість ринку виноградарства суттєво визначає невід'ємність цієї галузі як складової економіки країни, як елемента історії і культури.

Кожний регіон країни, в силу своїх особливостей і навіть ментальності його мешканців, вимагає концептуального переосмислення результатів перетворень і уточнення пріоритетів подальшого розвитку свого аграрного сектора і сільської місцевості загалом, зазначають П. Тіллак та В. В. Зіновчук, досліджуючи регіональні аспекти аграрних трансформацій у контексті політики, реструктуризації та ринкової адаптації сільського господарства до ринкової економіки [9].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Використання в дослідженнях вертикальної структури ринку з позицій його просторового поділу досить поширене серед аграрних економістів, а також науковців іншого профілю. За територіальною ознакою з позицій, що враховують особливості ведення аграрного виробництва, вітчизняні економісти-аграрники розрізняють ринки локальні, регіональні, національні та світові.

Вказане стосується безпосередньо виноградарства, просторове розміщення виробництва (виросування) і збуту продукції якого слугує досить вагомим та актуальним аргументом щодо структуризації за територіальною ознакою ринку винограду. При цьому його постійну основу створюють невеликі локальні ринки, які слугують базою регіональних ринків продукції виноградарства. Консолідація усіх ринків регіонів формує національний ринок, що є складовою загального масштабного світового ринку винограду. Ринкові суб'єкти, між якими відбувається взаємодія щодо купівлі-продажу винограду в конкретному місці і часі, формують локальні ринки винограду.

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

- регіональний ринок винограду є сукупністю економічних взаємовідносин виробників і споживачів щодо купівлі і продажу продукції виноградарства в межах певної території, що має природно-кліматичні, соціально-економічні, політико-правові, історичні та етнографічні особливості;

-
- забезпечуючи кінцеве визначення вартості виноградних товарів, ринок підтримує неперервність процесу суспільного виноградного відтворення;
 - ринкова конкуренція природно спонукає усіх товаровиробників до зниження витрат виробництва і збуту виноградної продукції, вимагаючи при цьому зберегти або навіть підвищити її якість;
 - сучасний ринок завжди посилює контролюючу та регулюючу функції споживачів щодо цінових, кількісних та якісних параметрів виробництва реальної продукції виноградарства.

Список літератури

1. Даль, В. І. Тлумачний словник живої великоросійської мови [Текст] / Володимир Іванович Даль. – Москва, 1978. – (7).
2. Ожегов, С. І. Тлумачний словник російської мови [Текст] / С. І. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Москва, 2010.
3. Мала радянська енциклопедія – Москва, 1931.
4. Єрмоленко, С. Я. Короткий тлумачний словник української мови [Текст] / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор. – Київ, 2001. – 223 с.
5. Рабинович, І. А. Маркетинг в коммерческой деятельности [Текст] / І. А. Рабинович. – Одеса: Интмар, 1993. – 248 с.
6. Пушкар, М. С. Основи маркетинга [Текст] / М. С. Пушкар, В. А. Пинхасик. – Тернополь: Вісник, 1993. – 80 с.
7. Саблук, П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринку [Текст] / П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко. – К: ІАЕ УААН. 2002. – 190 с.
8. Євдокимов, Ф. І. Азбука маркетингу [Текст] : навчальний посібник / Ф. І. Євдокимов, В. М. Гавва, 2008. – 432 с. – (3).
9. Атамась, Г. П. Формування і функціонування регіонального ринку овочевої продукції [Текст] : дис. ... канд. екон. наук: 08.07.02 / Галина Павлівна Атамась. – М., 2005 – 167 с.
10. Зіновчук, В. В. Основи сільськогосподарської обслуговуючої кооперації [Текст] / В. В. Зіновчук. – Київ: Вища освіта, 2001. – 464 с.

References

1. Dal', V. (1978). Tlumachnyy slovnyk zhyvoyi velykorosiykoyi movy. Moscow.
2. Ozhegov, S, & Shvedova, N. (2010). Tlumachnyy slovnyk rosiys'koyi movy. Moscow.
3. Mala radyans'ka entsyklopediya. (1931). Moscow.
4. Yermolenko, S, Bybyk, S, & Todor, O. (2001). Korotkyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy. Kyiv.
5. Rabynovych, Y. (1993). Marketynh v kommercheskoy deyatel'nosty. Odessa: Intmar.
6. Pushkar', M, & Pynkhasyk, V. (1993). Osnovy marketynha. Ternopol': Visnyk.
7. Sabluk, P, Karych, D, & Kovalenko, Yu. (2002). Osnovy orhanizatsiyi sil's'kohospodars'koho rynku. K: ІАЕ УААН.
8. Yevdokymov, F, & Havva, V. (2008). Azbuka marketynhu.
9. Atamas', H. (2005). Formuvannya i funktsionuvannya rehional'noho rynku ovochevoyi produktsiyi : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.07.02. Moscow.
10. Zinovchuk, V. (2001). Osnovy sil's'kohospodars'koyi obsluhovuyuchoyi kooperatsiyi. Kyiv: Vyshcha osvita.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2015 р.