

УДК 338.439.5:631.11:633.1

## ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ПО ЗБУТУ ЗЕРНА

**ХАРЕНКО А.О.**, кандидат економічних наук, доцент

**БУРЛЯЙ О.Л.**, кандидат економічних наук, доцент

Уманський національний університет садівництва

*Проаналізовано збутову діяльність сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо зерна, досліджено залежність її ефективності від ступеня концентрації виробництва, зроблено спробу внести пропозиції направлені на підвищення її рівня.*

*Sales activity agricultural enterprises of Cherkasy region of the grain market is analyzed, the dependence of its efficiency on the level of concentration of production is studied, the suggestions for increasing productivity made.*

**Постановка проблеми.** Завдяки природно-кліматичним умовам, біологічним та організаційно-технологічним особливостям зерновиробництва Україна здавна була всесвітньо відомою житницею, потужним виробником практично всіх зернових і зернобобових культур. На її території знаходиться 27% чорноземів планети. Але нині віддача їх мала і за врожайністю зернових культур наша держава відстає від аграрно розвинутих країн світу. На всіх етапах розвитку суспільства проблема збільшення виробництва зерна належала до числа злободенних та актуальних питань аграрної політики, оскільки від рівня її розв'язання багато в чому залежить, зокрема, розвиток всіх тваринницьких галузей, а в кінцевому підсумку – забезпечення продовольчої безпеки країни. В даному контексті ключовим моментом для українського виробника є реалізація отриманої продукції та одержання фінансових результатів. При цьому необхідно не просто її реалізувати, а забезпечити своєчасний і вигідний її збут. З переходом до ринкових відносин в галузях АПК, згідно прийнятої нормативно-правової бази, реалізація виробленої і переробленої продукції державою не регламентується. Державне замовлення на сільськогосподарську продукцію, включаючи і такі стратегічні культури, як зерно, цукрові буряки, соняшник, які забезпечують економічну безпеку країни та гарантування товаровиробникові збуту квотованої державою продукції за

невигідних ринкових умов, скасовано.

За умов, які мають місце у правовому полі України щодо системи збуту сільськогосподарської продукції на вільному ринку, перед товаровиробниками постало завдання створити відповідні механізми та структури в інтегрованих системах, які забезпечили б більш сприятливі ринкові позиції для вигідної реалізації продукції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дана проблема вирізняється багатогранністю складових її аспектів та їх багаторівневим характером. Значний внесок в її вирішення внесли наступні науковці: В. Андрійчук, М. Барбадим, В. Бойко, В. Дієсперов, О. Кучер, М. Лобас, П. Макаренко, О. Саковська, П. Саблук та ін. [1-5].

Проте, незважаючи на вагомість їхніх розробок, зерновий підкомплекс сільськогосподарських підприємств знаходиться в складній ситуації щодо ефективного збуту виготовленої продукції, надто мало існує практичних розробок, а також відсутність дієвої державної політики регулювання ринку даної продукції.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо продукції зернового підкомплексу та визначення напрямів підвищення її ефективності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зернове господарство є важливою складовою частиною сільськогосподарської галузі як України, так і Черкаської області зокрема. Проблема збільшення виробництва зернових культур є стратегічною метою розвитку АПК нашої держави, що зумовлює необхідність визначення його раціональної структури як з точки зору використання агрокліматичного потенціалу, так і щодо кон'юнктури ринку окремих видів продукції.

В таблиці 1 наведено дані про ефективність збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо зерна. Вони свідчать, що протягом досліджуваного періоду господарська діяльність щодо зерна була досить ефективною. На це вказує показник рівня рентабельності.

**Ефективність збуту зерна сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області**

| Показник                                                                 | 2006р.   | 2007р.   | 2008р.    | 2009р.    | 2010р.    |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Реалізація, ц                                                            | 12023930 | 9680065  | 16364777  | 23345336  | 16289018  |
| Повна собівартість, тис. грн                                             | 532306,7 | 615359,9 | 1125647,1 | 1654282,6 | 1633773,8 |
| Виручка від реалізації, тис. грн                                         | 625749,8 | 801204,4 | 1241083,9 | 2015727,2 | 1998738,3 |
| Рівень товарності, %                                                     | 88,5     | 71,0     | 71,3      | 95,9      | 88,2      |
| Повна собівартість 1 ц, грн                                              | 44,27    | 63,57    | 68,78     | 70,86     | 100,30    |
| в т.ч. витрати на збут                                                   | 6,32     | 8,43     | 8,13      | 7,34      | 13,82     |
| Ціна реалізації 1 ц, грн                                                 | 52,04    | 82,77    | 75,84     | 86,34     | 122,70    |
| Прибуток на 1 га, грн                                                    | 243,43   | 430,77   | 243,13    | 736,32    | 810,02    |
| Прибуток на 1 ц, грн                                                     | 7,77     | 19,20    | 7,06      | 15,48     | 22,40     |
| Рівень рентабельності, %                                                 | 17,6     | 30,2     | 10,3      | 21,9      | 22,3      |
| Кількість підприємств, що займалися виробництвом продукції, од. – всього | 350      | 390      | 422       | 418       | 413       |
| в т.ч. одержали збиток                                                   | 94       | 114      | 143       | 131       | 116       |

За останні 5 років розмір прибутку, отримуваного господарствами на 1 га збірної площі зріс більш як у 3 рази. Збільшується кількість підприємств, що займається даним видом діяльності, при одночасному зменшенні питомої ваги тих, що одержали збиток. Це пояснюється тим, що рівень реалізаційних цін підіймався швидшими темпами, ніж вартість матеріально-технічних ресурсів задіяних у процесі виробництва. При цьому, питома вага витрат на збут у структурі повної собівартості становить близько 10 %.

Основними факторами, які зумовлюють зміну прибутку за окремими видами сільськогосподарської продукції, є обсяг реалізації, середня ціна та повна собівартість 1 ц. Зведений розрахунок впливу заданих факторів на зміну прибутку наведений в таблиці 2.

Дані таблиці 2 свідчать, що в 2010 р. проти 2006 р. прибуток від реалізації зерна в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області зріс на 271521,4 тис. грн за рахунок підвищення ціни та об'ємів збуту, проте одночасно стрімко зросла і собівартість (за досліджуваний період ціна зросла в 2,4 рази, а собівартість – 2,3 рази).

Таблиця 2

**Аналіз залежності рівня прибутку від обсягу, собівартості і цін реалізації  
зерна сільськогосподарських підприємств Черкаської області**

| Показники                                   | Обсяг<br>Ціна<br>Собівар-<br>тість | 2006р.<br>2006р.<br>2006р. | 2010р.<br>2006р.<br>2006р. | 2010р.<br>2010р.<br>2006р. | 2010р.<br>2010р.<br>2010р. | Відхилення від 2006р. |                  |           |                   |
|---------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|------------------|-----------|-------------------|
|                                             |                                    |                            |                            |                            |                            | всього                | за рахунок зміни |           |                   |
|                                             |                                    |                            |                            |                            |                            |                       | обсягу           | ціни      | собівар-<br>тості |
| 1. Кількість реалізованої продукції, тис. ц |                                    | 12023,9                    | 16289,0                    | 16289,0                    | 16289,0                    | -                     | -                | -         | -                 |
| 2. Виручка від реалізації, тис. грн         |                                    | 625749,8                   | 847680,5                   | 1998738,3                  | 1998738,3                  | -                     | -                | -         | -                 |
| 3. Середня ціна реалізації, грн             |                                    | 52,04                      | 52,04                      | 122,70                     | 122,70                     | -                     | -                | -         | -                 |
| 4. Собівартість 1ц продукції, грн           |                                    | 44,27                      | 44,27                      | 44,27                      | 100,30                     | -                     | -                | -         | -                 |
| 5. Повна собівартість, тис. грн             |                                    | 532306,7                   | 721114,8                   | 721114,8                   | 1633773,8                  | -                     | -                | -         | -                 |
| 6. Прибуток, тис. грн                       |                                    | 93443,1                    | 126565,7                   | 1277623,5                  | 364964,5                   | 271521,4              | 33122,6          | 1151057,8 | -912659,0         |

В таблиці 3 наведено дані щодо ефективності збутової діяльності відносно зерна сільськогосподарських підприємств Черкаської області в залежності від концентрації виробництва. Згідно із ними рівень концентрації виробництва сприяє збільшенню розміру прибутку на 1 га. Більші підприємства мають можливість застосовувати у своїй діяльності інтенсивні технології на інноваційній основі, заключаючи для цього достатню кількість матеріальних ресурсів (добрив, засобів захисту рослин, нової техніки, продуктивних сортів і гібридів рослин), які значно підвищують продуктивність ріллі. Цього, на жаль, не можуть зробити господарства менші за розмірами.

Покупцями зерна виступають різні економічні суб'єкти. За умови розвитку ринкових відносин та відміни державного замовлення, основними каналами збуту продукції аграрних підприємств стали (таблиця 4): переробні підприємства, орендна плата за паї, населенню (в рахунок оплати праці), на ринку, комерційним організаціям. Зазначимо, що на відміну від інших галузей економіки, господарства не всю продукцію реалізують, значна її частка йде на корм худобі та інші виробничі потреби.

Згідно з даними таблиці 4 можна зазначити, що за досліджуваний період

мала місце тенденція зменшення питомої ваги реалізації таким суб'єктам ринку зерна, як переробні підприємства, і відповідне зростання реалізації

Таблиця 3

**Ефективність збуту зерна сільськогосподарськими підприємствами  
Черкаської області в залежності від концентрації виробництва, 2010 р.**

| Групи господарств за площею посіву зернових та зернобобових, га | Показник                           |                   |                      |                             |                             |                          |               |          |                          |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------|----------|--------------------------|
|                                                                 | кількість підприємств у групі, од. | середня площа, га | рівень товарності, % | повна собівартість 1 ц, грн | збутові витрати на 1 ц, грн | ціна реалізації 1 ц, грн | прибуток, грн |          | рівень рентабельності, % |
|                                                                 |                                    |                   |                      |                             |                             |                          | 1 ц           | 1 га     |                          |
| до 500                                                          | 129                                | 269               | 96,4                 | 96,01                       | 9,84                        | 103,85                   | 7,84          | 228,20   | 8,16                     |
| 501-1000                                                        | 142                                | 726               | 81,9                 | 93,69                       | 12,58                       | 113,75                   | 20,05         | 581,59   | 21,41                    |
| 1001-1500                                                       | 67                                 | 1205              | 85,6                 | 98,29                       | 10,64                       | 124,69                   | 26,40         | 860,20   | 26,86                    |
| 1501-2000                                                       | 12                                 | 1785              | 79,9                 | 114,60                      | 17,67                       | 110,03                   | -4,57         | -154,05  | -3,99                    |
| 2001-2500                                                       | 15                                 | 2260              | 90,4                 | 159,77                      | 28,74                       | 177,97                   | 18,20         | 652,91   | 11,39                    |
| 2501-3000                                                       | 11                                 | 2812              | 81,6                 | 97,75                       | 13,15                       | 118,71                   | 20,97         | 789,17   | 21,45                    |
| 3001-3500                                                       | 6                                  | 3185              | 99,1                 | 98,00                       | 18,42                       | 123,08                   | 25,09         | 1035,99  | 25,60                    |
| 3501-4000                                                       | 2                                  | 3710              | 65,9                 | 75,78                       | 4,28                        | 104,23                   | 28,45         | 500,50   | 37,54                    |
| 4001-4500                                                       | -                                  | -                 | -                    | -                           | -                           | -                        | -             | -        | -                        |
| 4501-5000                                                       | 2                                  | 4833              | 65,4                 | 109,86                      | 7,90                        | 73,54                    | -36,31        | -1082,13 | -33,06                   |
| 5001-5500                                                       | 4                                  | 5342              | 83,1                 | 107,15                      | 14,66                       | 114,05                   | 6,89          | 239,07   | 6,43                     |
| СТОВ «Злагода»                                                  | х                                  | 6726              | 108,7                | 72,13                       | 0,16                        | 101,13                   | 29,00         | 1105,26  | 40,20                    |
| СТОВ «ЛНЗ АГРО»                                                 | х                                  | 6951              | 102,4                | 61,23                       | 9,80                        | 136,54                   | 75,31         | 5297,64  | 122,98                   |
| СТОВ АФ «Корсунь»                                               | х                                  | 8292              | 88,2                 | 79,06                       | 7,35                        | 131,18                   | 52,12         | 2072,41  | 65,93                    |
| СТОВ «Зернова компанія Хорс»                                    | х                                  | 12245             | 120,8                | 95,91                       | 9,08                        | 134,06                   | 38,15         | 1665,77  | 39,77                    |
| СТОВ «Пальміра»                                                 | х                                  | 12861             | 98,9                 | 112,17                      | 8,45                        | 118,06                   | 5,89          | 153,41   | 5,25                     |
| ЗАТ «НВФ Урожай»                                                | х                                  | 37969             | 93,4                 | 92,86                       | 16,46                       | 128,02                   | 35,15         | 2348,07  | 37,86                    |

комерційним організаціям. Отже, трансформація потоків зерна відбувається в напрямі переважної його реалізації останнім, а це передусім прямі угоди купівлі-продажу між покупцем і продавцем. Перелік груп покупців зерна за прямими угодами дуже широкий – від іншого господарства до зарубіжної країни, але ніяких даних про склад таких операторів ринку з боку попиту органи офіційної державної статистики не публікують.

Обсяги збуту продукції через біржі незначні (0,2 % від загального

показника), оскільки, на нашу думку, даний вид торгівлі унеможливорює шахрайство з боку керівників, які за умови реалізації продукції іншими каналами привласнюють частину виручки. В подальшому підприємства повинні орієнтуватися на даний канал, оскільки він дає змогу зробити прозорими операції зі збуту продукції.

Таблиця 4

**Рівень цін за 1 ц зерна в розрізі каналів реалізації, грн\***  
**(аграрні формування Черкаської області)**

| Канали реалізації продукції              | Показник           | 2006р. | 2008р. | 2009р. | 2010р. |
|------------------------------------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| переробні організації                    | питома вага каналу | 7,2    | 5,4    | 4,8    | 5,5    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 50,8   | 83,4   | 82,4   | 130,6  |
| орендна плата за паї                     | питома вага каналу | 9,7    | 10,1   | 6,1    | 8,2    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 47,6   | 60,6   | 69,6   | 80,8   |
| населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці | питома вага каналу | 1,7    | 0,7    | 0,4    | 0,4    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 42,2   | 62,7   | 63,6   | 81,3   |
| на ринку                                 | питома вага каналу | 2,8    | 2,8    | 2,3    | 2,1    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 47,1   | 77,9   | 72,6   | 106,4  |
| комерційним організаціям                 | питома вага каналу | 78,6   | 81,0   | 86,4   | 83,8   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 53,0   | 78,4   | 87,2   | 129,9  |

\* за 2007 рік відсутня відповідна статистична звітність.

Отже, є всі підстави для висновку, згідно з яким на сьогодні головними покупцями зерна є посередницькі структури. На відміну від переробних підприємств чи населення (для яких зерно є сировиною і його оборот як товару завершується), вони купують його для того, щоб знову продати з вигодою для себе. Інакше кажучи, покупці зерна стануть його продавцями (щодо виробників зерна вони його покупці, а стосовно кінцевих споживачів – продавці).

Роль того чи іншого каналу для різних видів зерна різна (табл. 5).

Поява ознак конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності в АПК як комплексу заходів щодо узгодження виробничо-збутової діяльності згідно з вимогами ринку. Потреба в здійсненні такої діяльності постійно зростає, оскільки існує необхідність у дослідженні ринку, прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізу маркетингової діяльності підприємств та прийняття стратегічних рішень для забезпечення їх конкурентоспроможності. Аналіз діяльності аграрних формувань дає підстави

Таблиця 5

**Рівень цін за одиницю продукції в розрізі каналів реалізації\*, грн за 1ц  
(аграрні формування Черкаської області)**

| Канали реалізації продукції              | Показник           | 2006р. | 2008р. | 2010р. |
|------------------------------------------|--------------------|--------|--------|--------|
| <b>пшениця</b>                           |                    |        |        |        |
| переробні організації                    | питома вага каналу | 8,8    | 5,8    | 7,4    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 55,46  | 85,16  | 117,51 |
| орендна плата за паї                     | питома вага каналу | 14,7   | 18,9   | 14,1   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 50,55  | 61,89  | 82,46  |
| населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці | питома вага каналу | 2,4    | 0,9    | 0,6    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 44,25  | 61,24  | 72,65  |
| на ринку                                 | питома вага каналу | 2,8    | 3,6    | 2,9    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 48,07  | 74,44  | 103,59 |
| комерційним організаціям                 | питома вага каналу | 71,3   | 70,8   | 75,0   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 54,76  | 85,48  | 116,96 |
| <b>кукурудза</b>                         |                    |        |        |        |
| переробні організації                    | питома вага каналу | 6,5    | 4,4    | 5,4    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 43,61  | 80,65  | 145,18 |
| орендна плата за паї                     | питома вага каналу | 2,7    | 2,6    | 3,7    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 43,75  | 51,87  | 81,99  |
| населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці | питома вага каналу | 0,5    | 0,4    | 0,2    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 38,88  | 58,73  | 96,54  |
| на ринку                                 | питома вага каналу | 1,4    | 2,1    | 1,3    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 35,98  | 77,57  | 117,66 |
| комерційним організаціям                 | питома вага каналу | 88,9   | 90,5   | 89,4   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 50,24  | 67,54  | 144,86 |
| <b>ячмінь</b>                            |                    |        |        |        |
| переробні організації                    | питома вага каналу | 6,1    | 7,1    | 2,7    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 49,78  | 84,08  | 92,98  |
| орендна плата за паї                     | питома вага каналу | 12,2   | 8,7    | 13,3   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 44,20  | 59,97  | 75,99  |
| населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці | питома вага каналу | 2,2    | 0,5    | 0,5    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 40,47  | 68,69  | 83,30  |
| на ринку                                 | питома вага каналу | 3,9    | 2,6    | 2,5    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 45,85  | 80,35  | 88,19  |
| комерційним організаціям                 | питома вага каналу | 75,6   | 81,1   | 81,0   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 52,89  | 87,20  | 101,21 |
| <b>зернобобові</b>                       |                    |        |        |        |
| переробні організації                    | питома вага каналу | 5,7    | -      | 2,4    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 56,83  | -      | 181,95 |
| орендна плата за паї                     | питома вага каналу | 0,3    | 0,2    | 0,6    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 50,00  | 92,63  | 75,98  |
| населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці | питома вага каналу | 0,5    | 0,2    | -      |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 47,37  | 168,00 | -      |
| на ринку                                 | питома вага каналу | 4,0    | 4,3    | 3,8    |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 50,07  | 185,36 | 140,35 |
| комерційним організаціям                 | питома вага каналу | 89,5   | 95,3   | 93,2   |
|                                          | ціна за 1ц, грн    | 60,67  | 118,57 | 131,92 |

для висновку, що маркетингові функції в господарствах виконуються здебільшого керівниками, які є фактичними їхніми власниками. При прийнятті рішень останні орієнтуються переважно на власний досвід та обмежений обсяг інформації, що надходить з різних джерел і не має регулярного характеру. Відповідно це призводить до спотвореного сприйняття ситуації на ринку та прийняття не виважених управлінських рішень.

Отже, що на сьогодні керівники агропромислових підприємств з одного боку відчують потребу в інформації, з іншого – зазнають значних труднощів при пошуку достовірної, систематичної й оперативної інформації щодо номенклатури, цін, попиту та пропозиції, місткості ринку, правових аспектах діяльності та ін. Відсутність такого роду інформації збільшує ризики прийняття неправильних маркетингових рішень, здатних не тільки знизити ефективність виробництва і реалізації продукції, але спричинити значні збитки.

З метою виправлення даної ситуації підприємствам необхідно застосовувати тристоронню систему маркетингового інформаційного забезпечення яка складається із державної консультаційної служби, створеної у складі управлінь агропромислового розвитку в регіонах; маркетингового міжгосподарського кооперативу; маркетингового підрозділу в організаційній структурі підприємства. Такий підхід дозволить надавати всебічну інформаційну підтримку сільськогосподарським підприємствам у прийнятті ефективних управлінських рішень в процесі їхньої діяльності, що сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності.

Перспективним напрямом розвитку ринку зерна є удосконалення його інфраструктури. Воно має здійснюватися за такими головними напрямками: формування оптових ринків зерна; розвиток інфраструктури в сільській місцевості з метою забезпечення умов реалізації зерна безпосередніми його виробниками; створення розвиненої системи кооперативів, асоціацій самими зерновиробниками для спільного зберігання і реалізації зернових більш-менш великими партіями; основна увага має приділятися розвитку біржової торгівлі зерном [2].



Значний вплив на ефективність збутової діяльності здійснює якість продукції. З метою покращення управління нею, на підприємствах необхідно створити відповідні служби, робочим органом яких є постійно діюча комісія (7-10 чоловік), до складу якої входять керівники, спеціалісти та інші працівники. В практичній діяльності комісія із якості повинна опиратись на групи якості (3-5 осіб). Крім того, в даний час так склалося, що монопольно володіють лабораторіями із визначення якості зерна хлібоприймальні підприємства. На нашу думку, окремі сільськогосподарські товаровиробники повинні об'єднатися з метою створення власної лабораторії, яка б контролювала роботу лабораторій елеваторів (не дасть їм змоги занижувати якість зерна).

**Висновки.** Отже, одержані результати свідчать про відносно ефективну збутову діяльність господарств щодо зерна. Проте, на наш погляд, підприємства ще не в повній мірі використовують потенціал маркетингу як ринкової теорії управління, а, отже, мають можливість значно підвищити ефективність своєї господарської діяльності за допомогою нього.

### Література

1. Андрійчук В. Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29-31.
2. Бардадим М.В. Підвищення прибутковості зерновиробництва в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. канд. екон. наук: 8.00.04 / М.В. Бардадим. – К.: Дніпропетровськ, 2010. – 21 с.
3. Лобас М.Г. Розвиток зернового господарства України : монографія / М.Г. Лобас. – К.: 1997. – 449с.
4. Макаренко П.М. Збутові стратегії підвищення ефективності розвитку фермерських господарств регіону / П.М. Макаренко, В.А. Шведюк // Агросвіт. – К., 2009. – Вип. 2. – С. 16–18.
5. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практичний посібник / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.