

УДК 338.439.013(477)

Н. Шевченко

N. Shevchenko

**СИСТЕМНА МЕТОДИКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ
РИНКІВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ****SYSTEM METHOD OF INFORMATION SUPPORT OF THE RESEARCH
OF FOOD SPHERE MARKETS**

У статті розглянуто проблему відсутності єдиної системи інформаційного забезпечення дослідження ринків продовольчої сфери, ефективних маркетингових служб в управлінських структурах, що є стримуючим фактором розвитку галузей продовольчого забезпечення регіону. Виділено ряд заходів, доцільних з точки зору створення цілісної системи інформування і орієнтування господарюючих суб'єктів, а також системи інформаційно-методичного забезпечення процесу регулювання продовольчого ринку. Запропоновано загальну схему інформаційного забезпечення дослідження системи продовольчого ринку регіону з виділенням таких блоків: аналіз і оцінювання кон'юнктури галузевого ринку продовольчих товарів; аналіз і оцінювання структури галузевого ринку продовольчих товарів; аналіз і оцінювання результативності галузевих ринків продовольства. Визначено характерні особливості кожного виділеного блоку як окремої інформаційної системи. Виділено основні етапи здійснення кон'юнктурного аналізу продовольчого ринку з поетапним групуванням показників оцінювання окремих блоків вивчення кон'юнктури регіонального ринку продовольчих товарів. Розглянуто специфічні особливості функціонування ринку продовольчих товарів, які обумовлюють труднощі створення інформаційно-методичної бази для реалізації аналітичної роботи етапу аналізу і оцінювання результативності галузевого ринку.

Ключові слова: інформаційна система, продовольчий ринок, інформаційне забезпечення, структура товарного продовольчого ринку, кон'юнктура ринку, кон'юнктурний аналіз.

В статье рассмотрена проблема отсутствия единой системы информационного обеспечения исследования рынков продовольственной сферы, эффективных маркетинговых служб в управленческих структурах, что является сдерживающим фактором развития отраслей продовольственного обеспечения региона. Выделен ряд мероприятий, целесообразных с точки зрения создания целостной системы информирования и ориентирования субъектов, а также системы информационно-методического обеспечения процесса регулирования продовольственного рынка. Предложена общая схема информационного обеспечения исследования системы продовольственного рынка региона с выделением следующих блоков: анализ и оценка конъюнктуры отраслевого рынка продовольственных товаров; анализ и оценка структуры отраслевого рынка продовольственных товаров; анализ и оценка результативности отраслевых рынков продовольствия. Определены характерные особенности каждого выделенного блока как отдельной информационной системы. Выделены основные этапы осуществления конъюнктурного анализа продовольственного рынка с поэтапной группировкой показателей оценки отдельных блоков изучения конъюнктуры регионального рынка продовольственных товаров. Рассмотрены специфические особенности функционирования рынка продовольственных товаров, которые обуславливают трудности создания информационно-методической базы для реализации аналитической работы этапа анализа и оценки результативности отраслевого рынка.

Ключевые слова: информационная система, продовольственный рынок, информационное обеспечение, структура товарного продовольственного рынка, конъюнктура рынка, конъюнктурный анализ.

In the article the problem of the absence of unique system for informative providing of the research of food sphere markets, effective marketing services in administrative structures that is retentive factor for the development of food providing industries of a region is considered. A number of measures, expedient from the point of view of the creation of integral system for informing and orientation of subjects and also of the system for informative and methodical providing of the process of food market regulation is selected. General chart for informative providing of the research of the system of regional food market with the selection of the followings blocks: analysis and estimation of the state of affairs of a particular branch market of food

stuffs; analysis and estimation of the structure of a particular branch market of food stuffs; analysis and estimation of the effectiveness of a particular branch market of food is offered. Characteristic features of every selected block as a separate informative system are determined. The basic stages of realization of conjuncture food market analysis with the grouping of indexes for estimation of separate blocks of the study of the state of affairs of regional market of food stuffs are selected. Specific features of functioning of the market of food stuffs which stipulate difficulties in the creation of informative and methodical basis for the realization of analytical work of the stage of analysis and estimation of effectiveness of a particular branch market are considered.

Keywords: *informative system, food market, informative providing, structure of commodity food market, market conjuncture, conjuncture analysis.*

Постановка проблеми. Наявність відлагодженої інформаційної системи обумовлює ефективність прийняття управлінських рішень у процесі розвитку різного роду об'єктів, у тому числі й таких складних, як система продовольчого забезпечення. Організація такого роду банку даних і підходів до їх інтерпретації має на увазі необхідність збору об'ємного інформаційного масиву. Оперативна обробка необхідної інформації виступає умовою прийняття оптимальних рішень як господарюючими суб'єктами галузей виробництва, переробки і розподілу продовольчої продукції, так і органами влади, що регулюють процеси продовольчого забезпечення регіону.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Теоретично-практичні аспекти формування системи аналітично-інформаційного забезпечення продовольчого ринку, його впливу на продовольчу безпеку висвітлюють у своїх працях такі вчені, як: О. В. Березін, О. М. Варченко, І. М. Волков, В. Є. Данкевич, Л. В. Дейнеко, А. О. Коваленко, П. І. Коренюк, Л. І. Михайлова, А. М. Михайлов, Ю. Н. Мошин, А. Ю. Мошина, В. В. Немченко, П. Т. Саблук, Є. М. Стариченко, В. М. Ціхановська, М. З. Швиденко та багато інших. Більшість праць розглядають цю проблему в контексті продовольчої безпеки. Водночас системні дослідження питання формування та якісного застосування системи інформаційного забезпечення дослідження ринків продовольчої сфери залишаються недостатньо вивченими.

Метою статті є вивчення сучасного інструментарію здійснення кон'юнктурного аналізу, формування системної методики інформаційного забезпечення дослідження продовольчих ринків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток галузей продовольчого забезпечення регіону істотно стримується відсутністю єдиної системи інформаційного забезпечення, ефективних маркетингових служб в управлінських структурах. Наявність такої системи дозволяла б місцевим товаровиробникам, продавцям і споживачам продовольства своєчасно реагувати на зміну кон'юнктури регіонального і зовнішніх продовольчих ринків, визначати найбільш вигідні канали реалізації продукції. Відсутня і система прогнозування (по тривалості періодів) і орієнтування господарюючих суб'єктів галузей, що є причиною складності організації їх раціональної діяльності. Для ефективного функціонування галузей продовольчого забезпечення велике значення має створення цілісної системи інформування і орієнтування господарюючих суб'єктів, а також системи інформаційно-методичного забезпечення процесу регулювання продовольчого ринку [1, с. 69]. Для цього доцільним є:

- організація збирання, обробки і поширення інформації про обсяги наявних товарних ресурсів сільськогосподарської продукції, продажів на організованих ринках у регіоні і за його межами, про ціни на продукцію АПК;

- розробка щорічних і сезонних прогнозів кон'юнктури ринку за всіма основними видами сільськогосподарської продукції і продовольства і доведення їх в порядку інформації до всіх господарюючих суб'єктів продовольчого ринку, а також організацій і відомств, пов'язаних із забезпеченням населення продовольством [2, с. 144];

- організація систематичної інформації про результати функціонування регіонального АПК та ін.

Загальна схема інформаційного забезпечення дослідження системи продовольчого ринку регіону має включати такі блоки: аналіз і оцінка кон'юнктури галузевого ринку продовольчих товарів; аналіз і оцінка структури галузевого ринку продовольчих товарів; аналіз і оцінка результативності галузевих ринків продовольства. Кожний виділений блок пропонується до розгляду як окрема інформаційна система. Вхідними даними для виділених систем виступають статистична інформація, дані внутрішньої і зовнішньої звітності підприємств, дані опитувань, спостережень та ін. Як вихідна інформація розглядаються аналітичні дані про потенціал галузевого ринку, його привабливість, бар'єри ринку, обсяги попиту, конкурентоспроможності товарів. Процес переведення інформації входу в ін-

формацію виходу системи здійснюється при вживанні певних алгоритмів обробки даних, у тому числі за допомогою економіко-математичних, статистичних і експертних методів.

Вивчення кон'юнктури ринку продовольчих товарів дозволяє отримати інформацію про стан і тенденції розвитку ринку, співвідношення попиту і пропозиції, про причини їх зміни в перспективі. Результати вивчення кон'юнктури ринку продовольчих товарів мають бути використані для обґрунтування, формування виробничого і торговельного асортименту, коректування замовлень торговельних організацій, тобто поточного регулювання попиту і пропозиції. У зв'язку з цим вивчення кон'юнктури регіонального ринку продовольчих товарів може складатися з таких блоків: 1) аналіз пропозиції товарів на продовольчому ринку; 2) вивчення і оцінювання купівельного попиту на продовольчі товари; 3) аналіз пропорційності ринку продовольчих товарів; 4) аналіз тенденцій розвитку кон'юнктури ринку продовольчих товарів; 5) оцінювання регіональних особливостей стану і розвитку ринку; 6) виявлення причинно-наслідкових зв'язків, визначальних умов ринкової ситуації і прогнозу кон'юнктури ринку [3, с. 26].

Як джерела товарної пропозиції на регіональному продовольчому ринку виступають: виробництво продовольчих товарів місцевими товаровиробниками сільського господарства і харчової промисловості, ввезення продовольчих товарів з інших регіонів України, імпорт продовольства.

Як детермінанти пропозиції на ринку виступають цінові чинники, зокрема ціна даного товару, а також ціни на інші товари, ціни сировини і ресурсів, інфляційні очікування продавців і покупців. До них також відносяться податки і дотації на сировину і готову продукцію, чисельність конкурентів на ринку, особливості технологій і вплив науково-технічного прогресу. Одним із показників пропозиції і в той же час його детермінантою виступає виробничий потенціал, тобто здатність виробництва забезпечити відповідний обсяг і структуру пропозиції. До інших показників пропозиції можна віднести системи показників виробництва (промислового і сільськогосподарського), показників внутрішнього товарообігу, показників зовнішньої торгівлі.

В другий блок аналізу кон'юнктури ринку продовольчих товарів виділено вивчення і оцінювання купівельного попиту. Важливим доповненням до характеристик цього блоку як окремої інформаційної системи є перелік показників, що оцінюють стан купівельного попиту з точки зору необхідності його регулювання. З цих позицій в кон'юнктурному аналізі виділяють такі показники: задоволений попит – з певною мірою умовності рівний обсягу продажів товару; умовно задоволений попит, тобто обсяг вимушено куплених товарів (які не відповідають по ряду властивостей купівельним вимогам); незадоволений попит – рівний обсягу товарів, які споживач бажав купити, мав для цього кошти, але не зміг придбати через ряд причин [4, с. 12]. Показником, що характеризує попит, вважається показник рівня дефіцитності, який є питомою вагою відсутніх у регулярному продажі товарів. При наближенні до 100 % цю категорію називають показником тотального дефіциту.

Ринковий механізм формує ринкову ситуацію. Пропорційність, тобто оптимальне співвідношення між елементами ринку – необхідна умова його нормального поступального розвитку. Найважливішою ознакою кон'юнктури ринку є основна його пропорція: співвідношення попиту і пропозиції. І пропозиція, і попит є категоріями, регульованими з боку державних структур, що, у свою чергу, обумовлює необхідність аналізу пропорційності і збалансованості ринку. Вивчення співвідношення попиту і пропозиції є найважливішим напрямом в ієрархії пропорцій ринку. Окрім цього, іншими напрямками аналізу пропорційності і збалансованості ринку стають: оцінювання співвідношень обсягів попиту різних соціально-економічних груп споживачів, співвідношень обсягів і темпів зростання виробництва з відповідними показниками продажів. Кон'юнктурні особливості доцільно виразити через співвідношення обсягів виробництва продовольчих і непродовольчих товарів, співвідношення обсягів продажів продуктів і послуг та ін. Продовженням аналізу пропорційності ринку є характеристика галузевої і товарної структури товарообігу.

Апарат статистичних показників, використовуваних при аналізі пропорційності та збалансованості ринку продовольчих товарів, включає відносні величини структури і координації, компаративні (порівняльні) індекси, коефіцієнти еластичності та ін. Апарат дослідження пропорційності і збалансованості ринку включає методи аналізу коливання показників пропорційності, їх трендові і регресійні моделі, індексний метод аналізу, методи групувань [5, с. 236].

Важливим елементом кон'юнктурного аналізу слугує характеристика динаміки досліджуваного явища. Тому центральним блоком вивчення ринкової кон'юнктури є аналіз тенденцій її розвитку. Як інформаційна система цей блок аналізу як вхідну інформацію приймає дані, що характеризують стан елементів ринкових відносин. На їх основі будуються динамічні ряди індикаторів ринку. Як показни-

ки, що дозволяють провести попередню роботу оцінювання кон'юнктурних тенденцій, виступають: базисні, ланцюгові і середні за період темпи зростання. Для оцінювання взаємообумовлених індикаторів використовуються компаративні темпи зростання, які характеризують співвідношення інтенсивності їх зміни в динаміці періодів. Оцінювання тенденцій розвитку ринку здійснюється шляхом аналізу зміни основних його параметрів (обсягів постачань, продажів, рівнів цін та ін.) і може здійснюватися на основі використання різних методів.

Оцінювання регіональних особливостей ринку є найважливішим етапом у процесі кон'юнктурного аналізу ринку. Вивчення регіональних особливостей стану і динаміки ринку, закономірностей його розвитку є необхідною умовою для вдосконалення способів державного впливу на елементи і зв'язки ринкових відносин. В системі інформування суб'єктів бізнесу аналіз регіональних особливостей ринку необхідний для обґрунтування і реалізації цілей: сегментації ринку, інвестування в регіональну економіку; розробки маркетингової стратегії на території регіону, визначення регіональної місткості ринку.

Вхідною інформацією для етапу оцінювання регіональних особливостей стану ринку служить значення параметрів чинників, що впливають на формування регіонального продовольчого ринку, у тому числі загальногосподарських і регіональних. Зокрема, до загальногосподарських чинників можна віднести: тенденції і рівень розвитку виробництва, у тому числі продовольчих товарів; характер розподілу і перерозподілу валового продукту; політику в сфері ціноутворення і доходів населення; обсяг товарної і грошової маси в обігу; показники загальноекономічної кон'юнктури. До регіональних параметрів, аналіз яких є вихідною інформацією для оцінювання регіональних особливостей ринку, можуть бути віднесені: обсяг, структура, рівень і динаміка окремих індикаторів ринку регіону. Регіональною специфікою буде залежність їх розвитку від стану економіки і соціально-демографічних умов регіону. Окремими характеристиками виступають ринковий потенціал регіону і формування міжрегіональних товарних зв'язків. Характерними для регіону будуть також демографічні, природно-кліматичні, транспортні, соціальні та інші параметри.

До показників, що розраховуються при оцінюванні регіональних особливостей ринку, відносять: регіональну варіацію співвідношення попиту і пропозиції та інших пропорцій ринку, регіональну варіацію рівня попиту (в розрахунку на душу населення), регіональну варіацію темпів динаміки основних параметрів розвитку ринку, ступінь впливу чинників на формування особливостей регіонального ринку та ін.

Як потоки вихідної інформації, за підсумками аналізу регіональних особливостей ринку продовольчих товарів, виступають показники відносної відособленості регіонального ринку. Вони характеризують регіональний ринок як частину внутрішнього ринку продовольчих товарів країни, а також параметри його цілісності. Особливості регіону становлять специфічні економічні, національно-побутові, природно-кліматичні, демографічні характеристики регіону. Різними для кожного окремого регіону можуть бути характер і ступінь їх впливу на формування і розвиток продовольчого ринку території.

Останнім етапом кон'юнктурного аналізу є прогноз подальшого розвитку ринку (прогноз кон'юнктури ринку). Як потоки вхідної інформації, необхідної для здійснення прогнозів, розглядаються параметри систем факторів і причинно-наслідкових зв'язків структури досліджуваного явища (товарної пропозиції, попиту, товарообігу, місткості ринку і т. д.).

Як сукупність показників забезпечення інформаційної системи етапу прогнозування ринкової кон'юнктури розглядають часткові і загальні показники, необхідні для побудови тієї чи іншої моделі, вибір яких залежить від типу прогнозованого явища. Перевірку надійності і точності прогнозу дозволяють провести коефіцієнт якості прогнозу і показник надійності.

Вихідною інформацією після закінчення цього етапу є обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків, умов ринкової ситуації і здійснені на цій основі прогноз товарної пропозиції, прогноз купівельного попиту, прогноз місткості ринку та інших складових, які визначають кон'юнктуру.

Таким чином, аналіз структури товарного ринку – це складний дослідницький процес, у ході якого можуть залучатися економічні показники різного характеру – як якісні, так і кількісні. Система показників оцінювання структури товарного продовольчого ринку структурована нами в розрізі шести груп (табл. 1).

Ця система показників не є статичною, і склад кожної групи може істотно різнитися залежно від типу товарного ринку, масштабу його охоплення і т. д.

До показників товарної пропозиції ринків товарів продовольчого призначення відносяться групи показників виробництва (промислового і сільськогосподарського), показників внутрішнього товарообігу, показників зовнішньої торгівлі.

Таблиця 1

Система показників оцінювання структури товарного продовольчого ринку

Групи показників	Основні показники
Показники ринкової ситуації	Масштаб і тип ринку, ринкові пропорції, ділова активність, стійкість ринку, циклічність, місткість ринку
Показники товарної пропозиції	Показники: промислового виробництва, сільськогосподарського виробництва, внутрішнього товарообороту, зовнішньої торгівлі
Показники цін	Рівень, структура цін, зміни цін, коефіцієнти попередження і співвідношення цін, територіальна варіація цін
Показники споживчого попиту на товари	Ступінь задоволеності попиту за видами товарів і групами споживачів; структура споживчого сектору ринку та її динаміка; показники споживчих переваг за видами і властивостями окремих товарів; цінова і перехресна еластичність попиту; еластичність попиту за доходом
Показники товарного асортименту	Ступінь диференційованості продукції, широта і повнота асортименту, стійкість, оновлюваність і зіставність асортименту
Показники визначення характеру розподілу ринкових часток і ступінь інтенсивності конкуренції	Показники частки ринку: коефіцієнти відносної частки ринку, концентрації, Герфіндаля-Грішмана, відносної конкуренції, ентропії, Розенблюта, Лінда та ін.; дисперсія логарифмів ринкових часток і коефіцієнт варіації

Важливою групою показників оцінювання структури товарного продовольчого ринку є показники цін. Сформована для їх дослідження система повинна відобразити різні види диференціації ринкових цін: асортиментної, територіальної, часової та ін. Ринок робить ціни гнучкими, що чутливо реагує на зміну різних чинників. Тому показники еластичності цін, їх співвідношень також повинні знайти віддзеркалення в системі показників статистики цін. Найважливішими залишаються показники динаміки цін (індекси) та їх прогностичні оцінки. Особливого значення набувають показники динаміки цін, що враховують якісні зміни товарів [6].

Доповнюють оцінювання ступеня розвиненості структури товарного ринку показники, що характеризують стан купівельного попиту. У найзагальнішому вигляді при проведенні дослідження мають бути виділені дві групи факторів, що визначають обсяг, структуру попиту і його динаміку: цінові й нецінові чинники попиту. Кількісне вимірювання реакції попиту на підвищення або зниження цін, доходу та ін. виражається через коефіцієнти еластичності попиту. Для ринкової практики вельми значимі (з точки зору необхідності впливу на рівень попиту) нецінові його чинники, так звані детермінанти попиту. До них відносять: споживчі переваги (поточні й очікувані, або потенційні); доходи покупців; ціни на комплементарні товари; очікування споживачів відносно майбутньої зміни їх доходів, а також цін на ринку; процентні ставки по вкладах з точки зору їх впливу на обсяг відкладеного попиту; чисельність покупців на ринку [7].

Наступною в системі показників оцінювання структури товарного ринку є група показників товарного асортименту. Ними характеризується міра диференційованості продукції на даному товарному ринку. Так, до часткових показників цієї групи відносять: широту, повноту, стійкість асортименту товарів. Наступна група показників оцінювання структури товарного ринку – це показники, що визначають характер розподілу ринкових часток. До їх переліку відносяться: частка господарюючого суб'єкта, коефіцієнт відносної частки ринку. Залежно від займаних продавцями часток на даному товарному ринку складається їх перелік; аналізується істотність часток участі продавців на товарному ринку; робиться висновок про рівнозначність (рівномірність) присутності продавців на товарному ринку.

Для характеристики структури товарного ринку необхідним є розрахунок ряду показників, які визначають ступінь інтенсивності конкуренції на ринку, що дозволяє оцінити економічну концентрацію на ринку і визначити ступінь нерівномірності розподілу обсягів виробництва або продажів товару між господарюючими суб'єктами.

Труднощі створення інформаційно-методичної бази для реалізації аналітичної роботи етапу аналізу і оцінювання результативності галузевого ринку пов'язані зі специфічними особливостями функціонування ринку продовольчих товарів. Специфічним, зокрема, є той факт, що результатив-

ність функціонування досліджуваної сфери виявляється не в створенні продуктів, а в задоволенні купівельного попиту, забезпеченні фізіологічних потреб у харчуванні [8, с. 67–68]. Специфічною особливістю є також те, що ефект як такий виявляється в різних пов'язаних галузях і сферах діяльності, робить вплив на тривалість всього відтворювального циклу, зростання суспільної продуктивності праці і, отже, на ефективність економіки в цілому.

Дискусійний характер методології оцінювання результативності галузевого ринку є наслідком двоякого прояву ефекту його функціонування: соціального і економічного. Тому система показників результатів для якнайповнішої характеристики ефекту повинна включати як показники соціальної діяльності, так і показники виробничих результатів.

Оцінювання ефективності функціонування товарного ринку може бути проведене в різних аспектах і на різних рівнях. Так, може оцінюватися: ефективність окремих видів діяльності, ефективність діяльності окремих господарюючих суб'єктів та їх груп, ефективність галузі, ефективність процесу товарного обігу в цілому. Виділені ієрархічні рівні мають свої особливості і специфічні вимоги до процесу вивчення ефективності. Проте це не виключає єдності принципів інформаційно-методичної бази, що лежить в основі аналізу і оцінювання результативності ринку.

До системи показників соціального ефекту функціонування галузевого ринку відносять: появу вільного часу населення (від скорочення часу на пошук і придбання товарів); ступінь задоволення купівельного попиту; скорочення кількості претензій покупців до якості товарів і сервісу, поліпшення умов праці працівників, екологічний захист і т.д. Вибір показників, які найбільш повно характеризують ефект ринкових процесів, стає одним із складних і дискусійних моментів методології ефективності функціонування ринку.

Як вихідна інформація за результатами етапу аналізу ефективності ринкової діяльності має бути отримана оцінка її рівня, виявлені тенденції і пропорції розвитку, характеристики інтенсивності або екстенсивності процесів, ступінь залежності результатів від витрат і ресурсів. Проведений аналіз повинен забезпечити можливість порівняння ефективності діяльності різних господарюючих суб'єктів і функціонування ринків (підгалузей), а також отримання інформації, що дозволяє оцінити оптимальність використання ресурсів і затрат минулих і поточного періодів.

Висновки. Запропонована системна методика інформаційного забезпечення дослідження ринків продовольчої сфери сформована з метою використання для аналітичного обґрунтування прийнятих рішень суб'єктів системи продовольчого забезпечення. На нашу думку, вона є в міру достатньою для реалізації цілей і завдань розробки заходів щодо досягнення необхідного стану системи продовольчого забезпечення країни та її територіальних і соціально-економічних утворень.

Список використаної літератури

1. Ціхановська В. М. Теоретико-методичні засади дослідження кон'юнктури агропродовольчого ринку / В. М. Ціхановська // Економіка та управління АПК. – 2013. – Вип. 10. – С. 68–73.
2. Швиденко М. З. Система моделей прогнозування ринку сільськогосподарської продукції : [монографія] / М. З. Швиденко, Є. С. Стариченко. – К. : Аграр Медіа Груп, 2013. – 357 с.
3. Мошин Ю. Н. Анализ конъюнктуры потребительского рынка : учеб. пособие / Ю. Н. Мошин, А. Ю. Мошина. – М. : Изд-во УРАО, 2004. – 168 с.
4. Варченко О. М. Методологічні підходи до дослідження кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства / О. М. Варченко // Економіка та управління АПК. – 2013. – Вип. 10. – С. 10–17.
5. Михайлова Л. І. Методологічні засади дослідження кон'юнктури світового та регіональних ринків сільськогосподарської продукції та продовольства / Л. І. Михайлова, А. М. Михайлов // Проблемы развития внешне-экономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Т. 1. – Донецк : ДонНУ, 2013. – С. 235–237.
6. Волкова І. М. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств аграрного сектора економіки [Електронний ресурс] / І. М. Волкова. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/112.pdf>
7. Немченко В. В. Продовольча безпека України / В. В. Немченко // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2012. – № 4 (70).
8. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку: [монографія] / О. В. Березін. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 184 с.

References

1. Tsihanovska, V. M. (2013) Theoretical and methodological bases for the research of state of affairs of agri-food market. *Ekonomika ta upravlinnya APK*, (10), pp. 68–73.
2. Shvydenko, M. Z. and Starichenko, Ye. S. (2013) System of models for prediction of agricultural markets. Kyiv: Ahrar Media Hrup, 357 p.
3. Moshin, Yu. N. and Moshina, A. Yu. (2004) Analysis of state of affairs of consumer market. Moscow: Izd-vo URAO, 168 p.
4. Varchenko, O. M. (2013) Methodological approaches to the research of state of affairs of the market of agricultural products and foodstuffs. *Ekonomika ta upravlinnya APK*, (10), pp. 10–17.
5. Mikhailova, L. I. and Mikhailov, A. M. (2013) Methodological principles of the research of state of affairs of world and regional markets of agriculture and food. *Problemy razvitiya vneshneekonomicheskikh svyazey i privilecheniya inostrannykh investitsiy: regionalnyy aspekt*, vol. 1. Donetsk: DonNU, pp. 235–237.
6. Volkova, I. M. Informational and analytical support of enterprise marketing activity of agricultural sector of economy [Internet]. Available from: <<http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/112.pdf>>
7. Nemchenko, V. V. (2012) Food security of Ukraine. *Zbirnyk naukovykh prats' VNAU*, 4 (70).
8. Berezin, O. V. (2008) Food market of Ukraine : theoretical and methodological principles of formation and development. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury, 184 p.

Стаття надійшла до редакції 24.11.2014.

Рецензенти: О. В. Коломицева, д.е.н., професор, зав. кафедри економічної кібернетики та маркетингу ЧДТУ; В. О. Шпильова, д.е.н., доцент, зав. кафедри економіки та менеджменту Черкаської філії ПВНЗ «Європейський університет».