

УДК 339.1:634; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-244-252

Колокольчикова І.В.,
к.е.н., доцент, докторант
Полтавська державна аграрна академія
Kolokolchikovairina@gmail.com

ІНТЕРЕСИ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПЛОДОВО - ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто інтереси суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції як основних регуляторів функціонування ринку продукції, формування ринкового попиту та пропозиції, економічної ефективності підприємств, рівня споживання і ступеня задоволення продукцією потенційних клієнтів. Надана кількісна оцінка діяльності юридичних та фізичних осіб за видами економічної діяльності та організаційно – правовими формами господарювання. Проведено аналіз сучасного стану суб'єктів підприємництва областей Півдня України. Окреслено коло проблем підприємств, з якими стикаються останні на ринку плодово – ягідної продукції. Визначена роль споживачів у формуванні ринкового попиту. Результатом дослідження інтересів суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції є встановлення ролі виробників, переробників, посередників та інших суб'єктів у формування ринкової пропозиції та споживачів - у визначенні ринкового попиту.

Ключові слова. Суб'єкти ринку, підприємство, ринок, попит, пропозиція, кон'юнктура ринку, споживач

JEL code classification: L11

Kolokolchikova I., PhD, Ass. Prof.
Doctoral candidate, Poltava State Agrarian Academy
Kolokolchikovairina@gmail.com

INTERESTS OF FRUIT AND BERRY MARKET ENTITIES PRODUCTS OF THE SOUTH OF UKRAINE

Abstract. Setting objectives. Subjects of the market of fruit and berry products of the South of Ukraine are the main regulators of economic efficiency of economic entities and the level of consumption, meeting the needs of potential consumers. The size of the market supply depends on the number of enterprises that are engaged in the production of fruits and berries. Processing enterprises are market participants who buy products for further processing. They are regular customers, but significantly affect the level of the purchase price. Retail trade affects the increase in the selling price, which can lead to a decrease in demand. Potential consumers buy fruits and berries based on their needs, but the level of consumption is very low. Therefore, the purpose of the study is to analyze the interests of all market participants, their presence in the market, the problems of activity. This is necessary to find the optimal compromise existence of all market representatives among themselves.

Objectives of the study: to determine the location of subjects of the market of fruit and berry production as the main regulators of functioning of the market; to provide a quantitative assessment of the activities of legal and natural persons in economic activities and legal forms of management; to analyze the availability of businesses in the South of Ukraine. To outline the problems enterprises faced the latest in the market fruit production; to establish the role of consumers in shaping the market demand and level of consumption of products; to draw conclusions about the influence of market actors on the formation of supply and demand.

The purpose of the study: analysis of interests of economic entities of the market of fruit and berry products of the South of Ukraine.

Research results. The main producers of fruit and berry products in Ukraine are agricultural enterprises, including farms and households. The greatest distribution in the production of fruits and berries is observed among

households. But the latter have big problems with sales and presence on the market as an independent entity. Processing enterprises buy products at a low price. The lack of a sufficient number of service cooperatives prevents the creation of normal competitive conditions in the market for the formation of healthy supply and demand. The population consumes fruits and berries in insufficient quantities.

Conclusions. On the market fruit production in the South of Ukraine from the main actors of the market, which are determined by market supply and demand there are farms of all categories, processors, retailers and consumers. The interests of each group are formed from the range of sales or purchase indicators. Thus, farms of all categories aim to sell more and at a higher price, however. At the same time, they encounter problems of competition among manufacturers for market capacity and their own segment. Processing enterprises act as monopolists in the purchase of certain types of products, as we are regular customers, but the prices are low. The network of intermediaries and trade enterprises by increasing the levels of the sales channel artificially increases the price of products, sometimes reducing the existing demand. And consumers, as the main regulators of demand, buy products for necessity, since the size of purchases depends on income, consumer necessity and prices for other products of the consumer basket

Keywords: The subjects of the market, enterprise, market, demand, supply, market conditions, consumer.

Постановка проблеми. Суб'єкти ринку є основними регуляторами попиту та пропозиції. Це велика кількість господарюючих підприємств, які формують ринкову пропозицію товару, та кінцеві споживачі, які формують ринковий попит. Збалансована сила цих складових будує кон'юнктуру ринку, відбивається у рівні цін та ступені конкурентної боротьби. Тільки завдяки збалансованій взаємодії всіх суб'єктів ринку та правильній ціновій, розподільчій та збутовій політики досягається рівновага та високі результати від господарської діяльності. Результати мають бути як економічного так і соціального характеру. З одного боку – прибутковість галузі, її розвиток та впровадження нововведень, з іншого боку – збільшення задоволення споживачів. Вивчення інтересів суб'єктів ринку плодів та ягід є стратегічною задачею, яка дозволяє виявити напрями дій підвищення економічної ефективності та вести пошук заходів щодо вирішення проблем. Тому це і слугувало обґрунтуванням вибору даної проблематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням ринку, її кон'юнктури та діючих суб'єктів займаються вчені всього світу. Серед українських науковців, які присвячують роботи цього напрямку є Л.Ю. Мельник [11], П.М. Макаренко [1], Л.Я. Балаш, В.К. Збарський, П.К. Канінський, В.М. Лисюк [2], І.Б. Гапій [10] Музиченко А.С., Булавка Л.В [12] та

інш. Вони досліджують питання функціонування ринку, підприємств та конкурентній боротьбі. Їх праці торкаються аспектів пошуку шляхів збільшення споживання плодово – ягідної продукції населенням. Однак, дослідження суб'єктів ринку в розрізі конкретного регіону не мають такого поширення, що і обґрунтовує напрям подальшого аналізу цих питань.

Формулювання цілей статті. Ринок плодово – ягідної продукції України розвивається та має позитивні зрушення. Південь України є сприятливим регіоном для отримання високих урожаїв даної продукції і джерелом забезпечення населення якісними фруктами та ягодами. Знаходячись у переліку продуктів харчування споживчого кошику пересічного громадянина, плоди та ягоди є продуктом харчування, тому і аналіз суб'єктів ринку які є виробниками та споживачами продукції, носить системний, комплексний характер.

Метою дослідження є аналіз інтересів господарюючих суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції Півдня України.

Основними задачами дослідження є: визначити місце суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції як основних регуляторів ринку; надати кількісну оцінку діяльності юридичних та фізичних осіб за видами економічної діяльності та організаційно – правовими формами господарювання; провести аналіз наявних суб'єктів підприємництва Півдня України. Окреслити коло проблем

підприємств, з якими стикаються останні на ринку плодово – ягідної продукції; встановити роль споживачів у формуванні ринкового попиту та рівня споживання продукції; зробити висновки про вплив суб'єктів ринку на формування попиту та пропозиції.

Виклад основного матеріалу. Функціонування ринку плодово – ягідної продукції це безперервний процес взаємодії всіх господарюючих суб'єктів. Серед них є і виробники, і посередники, і споживачі. Суб'єкти ринку це широке поняття, яке враховує майже всі складові мікро середовища діяльності підприємств, частину макросередовища та відображається у ринковій інфраструктурі. Однак є дослідники, які при аналізі суб'єктів ринку зупиняються лише на підприємствах – виробниках продукції. Це безумовно основна складова, але не єдина. Цю думку поділяє Макаренко П.М. та Сень О.В., вказуючи на те, що «у найзагальнішому вигляді суб'єктами ринку є продавці й покупці. Нерідко стверджується, що на ринку зустрічаються виробники та споживачі. Певною мірою це так. Однак не всі продавці товарів його виробляють самі (наприклад посередницька торгівля), а відповідно не всі покупці купують товар для власного споживання...У широкому розумінні суб'єктами ринку, тобто покупцями і продавцями є: підприємці, які продають свої товари і купують необхідні їм засоби виробництва, у тому числі й робочу силу; власники робочої сили, які продають її роботодавцю; споживачі, які на ринку купують необхідні їм життєві засоби; продавці та покупці землі, позичкового капіталу, цінних паперів і валюти, які також вступають у ринкові відносини. Інакше кажучи, через ринок здійснюється уся сукупність угод купівлі-продажу товарів» [1].

Сьогодні ринок вимагає все нові і нові орієнтири щодо виробництва та реалізації продукції. З цього приводу зсередини ринку та суб'єктів підприємницької діяльності виникає багато суперечок та конфліктів інтересів. Про це вказує і В.М. Лисюк, тобто: «ринкові перетворення в аграрному

секторі економіки України, що супроводжувалися заміною системи державного розподілу сільськогосподарської продукції новою ринковою інфраструктурою, призвели до утворення різноманітних форм власності та агробізнесових структур. Однак ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств залишилася вкрай низькою, а сільське господарство як галузь із тривалим періодом обігу капіталу, високими природними та цінними ризиками є інвестиційно непривабливою. Практика свідчить, що через відсутність дієвих систем маркетингу більшість сільгоспвиробників реалізує свою продукцію одразу після збирання, тобто у період цінового мінімуму. В основному сільгосппродукцію продають безпосередньо з поля і складів комерційним посередникам, які контролюють значні потоки сільськогосподарських товарів» [2, с.87].

Аналізуючи статистичні дані про кількість юридичних осіб, які займаються різними видами економічної діяльності слід відмітити, що станом на 1.01.2019р. у сільському, лісовому та рибному господарстві працює 68 тис.од. господарюючих суб'єктів. Цей показник на 9,1% виріс порівняно з 1.01.2017р. Кількість підприємств переробної промисловості складає у звітному році 70,7 тис.од., і цей показник за дослідний період виріс на 19,2%. Кількість транспортних та складських господарств за останні 3 роки виросла з 24,3 тис.од. до 29,1 тис.од. Кількість функціонуючих суб'єктів оптової та роздрібною торгівлі на 1.01.2019р. становить 242,3 тис.од. [3, 4].

Господарюючі суб'єкти плодово – ягідного ринку це представники великого, середнього та малого бізнесу. Серед великих та середніх за розмірами операторів ринку цієї продукції є приватні, державні, акціонерні товариства та фермерські господарства. За організаційно – правовими формами господарювання у сільськогосподарському виробництві продукції задіяні фермерські господарства, приватні та державні підприємства, товариства та кооперативи, табл. 1.

Таблиця 1

Кількість юридичних осіб за організаційно-правовими формами господарювання

(на початок року, тис.)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 до 2014, %
Фермерське господарство	44,8	43,1	43,7	44,4	45,0	45,7	102,0
Приватне підприємство	217,2	201,9	201,8	202,4	200,3	200,0	92,1
Державне підприємство	43,9	40,4	40,2	4,0	3,9	3,8	8,6
Акціонерні товариства	17,3	15,9	15,6	15,2	14,7	14,3	82,6
Товариство з обмеженою відповідальністю	448,5	453,9	488,2	532,4	576,6	632,2	140,9
Кооперативи	28,6	24,9	25,8	26,5	27,0	27,5	96,1
в т.ч. сільськогосподарських обслуговуючих, од.	1006	899	949	1017	1073	1073	106,7

* Джерело: [3,4]

З представлених організаційно правових форм господарювання, які є юридичними особами, що здійснюють виробничу діяльність, видно, що станом на початок 2019р. зареєстровано 45,7тис. фермерських господарств; 200,0тис. приватних і лише 3,8тис. державних підприємств; акціонерних товариств 14,3тис., з обмеженою відповідальністю – 632,2тис.одиниць.

Згідно повідомлення Міністерства аграрної політики та продовольства України «кількість діючих сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів за 2018 рік зросла на 125 одиниць, і сьогодні їх нараховується 735. Державну підтримку було надано кооперативам молочарського та плодово-ягідного напрямів діяльності для придбання обладнання зі зберігання та переробки сільськогосподарської продукції на суму понад 8,5 млн. грн. В результаті 3 кооперативи молочного напрямку (Волинської, Івано-Франківської, Черкаської областей) придбали 286 одиниць обладнання для створення цехів з виготовлення твердих сирів, і 3 кооперативи плодово-ягідного напрямку (Закарпатської, Тернопільської, Чернігівської областей) придбали 16 одиниць обладнання для створення цехів первинної

переробки та зберігання плодово-ягідної продукції (охолодження та глибока заморозка). Як уточнюється, у порівнянні із 1 січня 2018 року із 735 діючих сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів: молочарських - 186 (+44), з обробітку землі та збирання врожаю -162 (+16), м'ясних - 35 (-16), плодоовочевих - 113 (+34), зернових - 41 (+1) та з надання інших послуг - 198 (+46) [5].

Якщо аналізувати загальну кількість юридичних осіб за всіма організаційно – правовими формами господарювання в цілому по Україні та за областями Півдня, то станом на 2018р. з загальної кількості суб'єктів - 1235,0тис.од. в Запорізькій, Миколаївській, Одеській та Херсонській зареєстровано 15,7%. Найбільша кількість підприємств у Одеській області - 76160од., найменша активність суб'єктів у Херсонській області – 27169од. відповідно. Запорізька та Миколаївська за кількістю господарюючих суб'єктів практично однакові – 45583од. та 44988од. відповідно [3].

Представники малого бізнесу виступають фермерські господарства та господарствами населення. Останні, хоча і мають невеликі розміри, однак активно приймають

участь у виробництві овочевої та плодово – ягідної продукції. На початок 2019р. цих формувань налічувалось 3996,5тис.од., їх чисельність порівняно з початком 2016р. скоротилась на 2,7%. Відповідно до такого скорочення зменшилися і площі земельних ділянок. Так на початок 2016р. цей показник становив 6307,2тис.га, а у звітному році дорівнював 6132,2тис.га, тобто скоротився на 2,8%. У структурі площ земельних ділянок під ведення особистого сільського господарства відведено майже 41% всіх площ, під товарне сільськогосподарське виробництво – 45,3%. Тобто можна зробити висновок, що практично з половини наявної у розпорядженні землі власники особистих селянських господарств планують отримувати прибутки від продажу виробленої продукції [6].

За регіональною структурою станом на 2018р. найбільша кількість особистих селянських господарств, що створені для ведення товарного сільськогосподарського виробництва зосереджена на Півдні України, а саме у Запорізькій – 260,1тис.од, Миколаївській – 224,0тис.од, Одеській – 235,8тис.од. та Херсонській – 224,3тис.од. областях. Також на Дніпропетровщині – 287,8тис.од. У всіх інших областях ці показники значно нижчі [7].

Кількість суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом плодової продукції вказує на те, що серед суб'єктів ринку протягом дослідного періоду переважають малі та мікро підприємства. Так, станом на 2018р. їх кількість становить відповідно 981од. та 924од. За період від 2010 по 2018р.р. ці показники збільшилися практично вдвічі, а от кількість великих підприємств, які спеціалізуються на виробництві плодової продукції скоротилась з 55од. у 2010р. до 36од. у 2018р., тобто на 34,5%. По фізичним особам - підприємствам спо-

стерігається аналогічна тенденція. Виробництвом зерняткових та кісточкових плодів культур займаються підприємці малого та мікро малого підприємництва. У звітному році їх кількість практично однакова та складає 361од. та 358од. відповідно. За весь період дослідження їх кількість виросла на 65% [6].

В цілому середній та малий бізнес важко витримує конкуренцію на ринку сільськогосподарської продукції. За спостереженнями українських вчених визначено коло їх проблем, а саме: реалізація продукції невеликими партіями не дає можливість встановити відповідні ціни та отримати максимальні прибутки; відсутність або організація неналежним чином процесу зберігання та переробки продукції, що стає підґрунтям для реалізації продукції під час масового її збору; продаж по низьким цінам, так як на ринку в час пік велика кількість продавців; неможливість відстежувати інформацію про зміни попиту та пропозицію, конкурентів та інших обмеження, які стримують роботи суб'єкту ринку; недостатність кредитних ресурсів для впровадження нововведень, розширення виробництва та формування необхідної матеріально – технічної бази; повільний ріст сільськогосподарської обслуговуючої кооперації як альтернативи формування власних торгівельних каналів [1,2, 9, 10, 11, 12,13].

За результатами бізнес каталогу «Бізнес - Гід» у структурі виробників плодів та ягід, зареєстрованих підприємства на Півдні України мають наступний відсоток участі. В цілому по Україні найбільш зареєстрованих у Чернівецькій та Вінницькій області – 13,8% та 12,9% відповідно. Області Півдня України мають таку статистику: Одеська – 6,1%, Запорізька 3,6%, Херсонська та Миколаївська – 3,3 та 2,3% відповідно, рис. 1 [8].

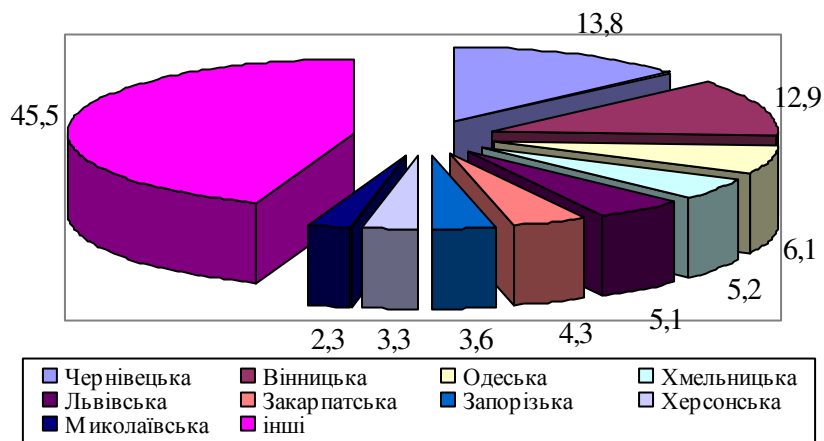


Рис. 1. Регіональне розподілення виробників плодово – ягідної продукції України у структурі за 2018р.

*Джерело: [8]

Рейтинг виробників продукції галузі в Україні показує, що на 4 місті за кількістю зареєстрованих осіб виробники плодово – ягідної продукції у Одеській області, 8 місце – у Запорізькій області, на 11 місці – Херсонська область, на 19 місті – Миколаївська область [8].

В Одеській області більшість підприємств розташована у Біляївському – 15од., Ізмаїльському – 13од. районах та м. Одеса – 10 од. По Запорізькій області райони, в який найбільше господарств займаються виробництвом плодів та ягід це: Мелітопольський – 11од, Приазовський – 8од. райони та м. Запоріжжя – 9 од. В Херсонській

області найбільш зареєстровано виробників фруктів та горіхів у м. Херсоні та Олешківському районі – 9 та 8 господарств. У Миколаївській області виробники плодів та ягід сконцентровані у м. Миколаїв – 12 підприємств [8].

У регіональній структурі господарств, які займаються реалізацією плодово – ягідної продукції найбільша питома вага підприємств Вінницької, Чернігівської та Київської областей: 9,7%, 9,0% та 7,2% відповідно. Одеська та Херсонська області на 4 та 5 місті: 6,6% та 5,9%; Запорізька область на 9 місті – 4,4%, рис. 2 [8].

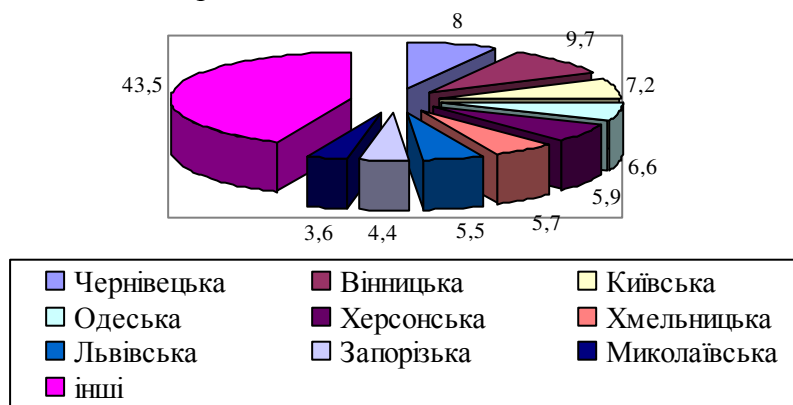


Рис. 2. Регіональне розподілення виробників, які займаються продажем плодово – ягідної продукції України у структурі за 2018р.

*Джерело: [8]

Останні роки збільшилась зацікавленість переробних підприємств свіжими плодами та ягодами. Як суб'єкти ринку – переробні підприємства є оптовими клієнтами, але не надто вигідними для виробника, тому що ціна закупівель нижче за ринкову. Про роботу переробних підприємств пише Лукомський Ю.О.: «кліматичні умови та стан інфраструктури в Україні не дозволяють вирощувати велику кількість різних видів плодів для індустрії. Здебільшого, потужності з виробництва концентратів працюють лише з яблучною і томатною сировиною. Значно менше виробляються концентрати і соки з кісточкових плодів і ягід, а, як буде вказано далі, вони складають велику частку споживчих вподобань. Цитрусові і екзотичні плоди є повністю продуктом імпорту, а тому істотно залежать від курсів валют та іноземних врожаїв, на які українські виробники впливу не мають. Створення власних підприємств з виробництва концентратів за межами країни є суттєвою можливістю розвитку українських брендів, однак на даному етапі розвитку це не є реальним» [9].

Станом на 10.2019р. переробкою плодово – ягідної продукції займаються 661 підприємство, консервуванням фруктів - 211 підприємство України. У Запорізькій області працює 28 підприємств. В Одеській області їх найбільше – 120 од., хоча більшість з суб'єктів – це підприємства, які займаються переробкою винограду та виробництвом вин. В Херсонській області кількість підприємств – 50од. Найменша чисельність по Херсонській області – 20од. [8].

В структурі підприємств, які займаються переробкою та консервуванням овочів та фруктів виділено Одеська та Херсонська області, які мають показники у 5,9% та 5,4%. У структурі виробництва овочевих та фруктових соків - лише Одеська область як є одна з найбільшим показником – 6,6%, інші області Півдня України мають менші показники.

Іншими суб'єктами ринку плодово – ягідної продукції є маркетингові посередники, які займаються як збереженням, так переробкою та реалізацією продукції. Їх кількість з кожним роком змінюється, однак про розміри діяльності можна стверджувати, виходячи з показників збуту продукції. Так, за період з 2010р. по 2017р. підприємствами роздрібною торгівлі було реалізовано – 332тис.т свіжих плодів, винограду та горів у 2010р., а у 2017р. цей показник становив 375,2тис.т. (Україна в цифрах, 2017). За такою тенденцією можна стверджувати, що торгівельна мережа не має швидких темпів до розширення. У структурі роздрібною торгівлі 2018р. питома вага реалізації свіжих та перероблених овочів та фруктів становила 19,9% та у грошовому виразі 10,2млн.грн. [4].

Якщо з боку формування ринкової позиції виступають господарські суб'єкти, які зайняті виробництвом, переробкою та реалізацією продукції, то з боку формування ринкового попиту виступають споживачі. Кінцеві споживачі свіжої плодово – ягідної продукції є пересічними громадянами України. Ця продукція споживається усіма категоріями населення незалежно від віку та соціального статусу. На 1.01.2019р. чисельність в Україні становила 42,2млн.ос., з яких 29,3млн.ос. це міське населення, а решта – 12,9млн.ос. – сільське [4]. Станом на 2018р. фонд споживання плодів, ягід та винограду по Україні становив 2445тис.т., що на 69% розрахунку практично на 70% перевищує показник 2000р. У розрахунку на 1 особу цей показник виріс з 29,3кг у 2010р. до 57,8кг у 2018р, тобто практично в 2 рази. Це позитивна тенденція, хоча і показник нижчий за нормативний [4].

Збільшення попиту на продукції знаходиться у прямій залежності від купівельної спроможності потенційних покупців. Розглядаючи цю проблему І.Б. Гапій приходить до висновку, що «ефективність функціонування сфери роздрібною торгівлі та її безпека тим вища, чим більший обсяг платоспроможного попиту населення, чим якіс-

ніше відбувається процес задоволення потреб усіх категорій населення. Однак в Україні, де здійснюються глибокі економічні перетворення, ці умови відсутні. Вважаємо, що підвищення купівельної спроможності населення можна досягти шляхом виваженої соціально-економічної політики держави, а також становленням середнього класу, що забезпечить збільшення доходів населення тощо [10]. Ми погоджуємося з цим висновком, та вважаємо, що для збільшення обсягів споживання плодово – ягідної продукції необхідно не тільки підвищувати рівень доходів населення та покращити соціальний стан, а і зробити продукцію більш доступною за ціною за рахунок зменшення торгівельних посередників на шляху від вироблення до споживача.

Висновок. Таким чином можна зробити узагальнюючий висновок, що на ринку плодово – ягідної продукції Півдня України з основних суб'єктів ринку, які визначають ринковий попит та пропозицію присутні

господарства усіх категорій, переробні підприємства, підприємства роздрібною торгівлі та споживачі. Інтереси кожної з груп формуються з кола показників збуту або подальшої переробки та споживання. Так, господарства усіх категорій ставлять за мету реалізувати найбільше і за вищою ціною. Однак, при цьому натикаються на проблеми конкуренції серед виробників за присутність та розмір сегменту на ринку. Переробні підприємства діють як монополісти у питаннях купівлі деяких видів продукції, бо є постійними клієнтами, але ціни невисокі. Мережа посередників та торгівельних підприємств за рахунок збільшення рівнів каналів реалізації штучно підвищує ціну на продукції, іноді знижуючи існуючий попит. Споживачі, як основні регулятори попиту купують продукцію за необхідністю, тому як розміри закупівель залежать від доходів, потреб та цін на інші продукти споживчої корзини.

Список літератури:

1. Макаренко П.М., Сень О.В. Теоретичні аспекти сутності ринку та його видів. URL: <https://www.pdaa.edu.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
2. Лисюк В.М. Інфраструктурні чинники розвитку ринків сільськогосподарської продукції. *Прометей*. 2008. №3(27). С. 86-91.
3. Україна у цифрах у 2017 році: статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ. 2018. 101с.
4. Україна –2018: статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ. 2019. 23с
5. Кількість діючих сільськогосподарських кооперативів. *Агро новини*. URL: <https://agroportal.ua/ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
6. Кількість підприємств у 2018р. / Державний комітет статистики України. URL:<http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
7. Експрес-випуск «Особисті селянські господарства України». / Державний комітет статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
8. Бізнес-каталог України «Бізнес-Гід». URL: <https://business-guide.com.ua> (дата звернення: 24.11.2019).
9. Лукомський Ю.О. Тенденції і напрями розвитку ринку соків в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 7 (34). URL: <http://www.molodyvcheny.in.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
10. Гапій І.Б. Купівельна спроможність населення як чинник впливу на безпеку сфери роздрібною торгівлі. *Науковий вісник*. 2010. №2. URL: <http://www2.lvduvs.edu.ua>. (дата звернення: 26.08.2019).
11. Мельник Л.Ю., Макаренко П.М. Сутність аграрних домогосподарств та їх основні економічні характеристики. *Економіка АПК*. 2007. № 3. С. 3-10.
12. Музиченко А.С., Булавка Л.В., Особисті селянські господарства в системі суб'єктів аграрного ринку. URL: <https://www.pdaa.edu.ua>. (дата звернення: 26.08.2019).
13. Harris, C. D. (1954). The market as a factor in the localization of production. *Annals of the Association of American Geographers*, 44.4.
14. Ray, D. (1965). *Market Potential and Economic Shadow: A Quantitative Analysis of Industrial Location in Southern Ontario*. Chicago: University of Chicago, 164 p.
15. Berry, B. J., & Parr, J. D. (1988). *Market Centers and Retail Location: Theory and Applications*. Englewood, New Jersey, 1988.

References:

1. Makarenko P.M., Senj O.V. Teoretychni aspekty sutnosti rynku ta jogho vydiv [Theoretical aspects of the essence of the market and its types] [in Ukrainian].
2. Lysjuk V.M. (2008). Infrastrukturni chynnyky rozvytku ryнкiv sil'sjkoгосподар'sьkоji produkciji [Infrastructural factors of development of markets of agricultural products]. *Prometej*. vol. 3, no. 27, pp. 86 – 91 [in Ukrainian].
3. State Statistics Service of Ukraine (2018), *Ukrajina u cyfrakh u 2017 roci: statystychnyj zbirnyk* [Ukraine in numbers in 2017: a statistical compilation] Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
4. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Ukrajina –2018: statystychnyj zbirnyk* [Ukraine -2018: statistical collection] Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
5. Kiljistik dijuchykh sil'sjkoгосподар'sьkыkh kooperatyviv. [Number of existing agricultural cooperatives] *Aghro novyny* [in Ukrainian].
6. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Kiljistik pidpryemstv u 2018r.* [Number of enterprises in 2018r.]. Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
7. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Ekspres-vypusk «Osobysti seljansьki gосподарstva Ukrajinь»* [Express issue "Personal farms of Ukraine"]. Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
8. *Biznes-katalogh Ukrajinь «Biznes-Ghid»* (2019) [Business directory of Ukraine "Business Guide"] [in Ukrainian].
9. Lukomsьkь Ju.O. (2016). Tendenciji i naprjamy rozvytku rynku sokiv v Ukrajinі [Trends and directions of development of the juice market in Ukraine]. *Molodyj vchenyj*. vol. 7, no. 34 [in Ukrainian].
10. Ghapij I.B. (2010). Kupiveljna spromozhnistj naselennja jak chynnyk vplyvu na bezpeku sfery rozdriбноji torghivli [Purchasing power of the population as a factor of influence on the safety of retail trade.]. *Naukovyj visnyk*. vol. 2 [in Ukrainian].
11. Meljnyk L.Ju., Makarenko P.M. (2007). Sutnistj aghrarnykh domogосподарств ta jikh osnovni ekonomichni kharakterystyky [The essence of agricultural households and their main economic characteristics.]. *Ekonomika APK*. 2007. vol. 3, pp. 3-10 [in Ukrainian].
12. Muzychenko A.S., Bulavka L.V., *Osobysti seljansьki gосподарstva v systemi sub'ektiv aghrarnogho rynku*. [Personal peasant farms in the system of subjects of the agricultural market] [in Ukrainian].
- 13.. Harris, C. D. (1954). The market as a factor in the localization of production. *Annals of the Association of American Geographers*, 44.4 [in English].
14. Ray, D. (1965). *Market Potential and Economic Shadow: A Quantitative Analysis of Industrial Location in Southern Ontario*. Chicago: University of Chicago, 164 p. [in English].
15. Berry, B. J., & Parr, J. D. (1988). *Market Centers and Retail Location: Theory and Applications*. Englewood, New Jersey, 1988 [in English].