

УДК: 339.146:634; DOI: 10.31388/2519-884X-2020-42-33-40

*Колокольчикова І.В., к.е.н., доцент, докторант
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Kolokolchikovairina@gmail.com
Макаренко П.М., д.е.н., професор
Полтавська державна аграрна академія
mpm0907_1949@ukr.net*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ МОНІТОРИНГУ РИНКУ ПЛОДОВО – ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Встановлено, що моніторинг ринку є обов'язковою складовою аналізу ринку плодово – ягідної продукції. Визначено, що поєднання загальнонаукових та специфічних методів дозволяє аналізувати роботу господарюючих суб'єктів та оцінювати місткість ринку продукції. Критеріями оцінювання запропоновано: ринковий потенціал та продуктивність операторів ринку, стандарти якості продукції, доступність продукції і вмотивованість кінцевих споживачів. Обґрунтовано використання всезагальних філософських, загальнонаукових та спеціальних методів аналізу та прогнозування розвитку ринку продукції галузі. Підкреслено, що застосування методологічних підходів до аналізу ринку плодово – ягідної продукції дозволяє давати своєчасну оцінку не тільки розвитку ринку та роботи підприємств, а також виявляти фактори впливу на мікро та макро рівні. Кількісна та якісна оцінка розвитку ринку дає підстави до розробки дієвих пропозицій зміцнення ринкового потенціалу.

Ключові слова: методи аналізу, моніторинг ринку плодово – ягідної продукції, оператори ринку, якість продукції, кінцеві споживачі, методи прогнозування.

JEL code classification: L11

*Kolokolchikova I., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Kolokolchikovairina@gmail.com
Makarenko P., Doctor of Economics, Professor
Poltava State Agrarian Academy PSAA, Poltava, Ukraine
mpm0907_1949@ukr.net*

METHODOLOGICAL APPROACHES OF MARKET MONITORING FRUIT - BERRY PRODUCTS

Abstract. Setting objectives. The market of fruit and berry products is a complex economic system that develops under the influence of macro and micro environment factors. Analysis of its capacity, assessment of development potential and strategic guidelines depends on the correct approach and choice of analysis methods. Today, there are many methods and techniques that make it possible to obtain quantitative and qualitative indicators. Modern methods of analysis and forecasting are the basis for determining the competitive position of economic entities and other operators. Therefore, the study of methodological approaches to market monitoring of the industry is relevant in conditions of fierce competition.

Objectives of the study: the main objectives of the study are to establish the importance of methodological and methodological approaches to monitoring the market of fruit and berry products; to develop a system of evaluation criteria and methodological approaches to monitoring the market of fruit and berry products in the South of Ukraine; determine what are the main evaluation criteria in monitoring market development, justify the use of general philosophical, general scientific and special methods of analysis and forecasting of market development of the industry; identify the main indicators that affect the development of the market of the industry.

The purpose of the study: The market of fruit and berry products is developing under the influence of micro and macro environmental factors. Some factors have a direct impact on the system, some indirect. Sometimes individual factors do not lead to significant changes in the development of the system, so it is important to analyze them both individually and in combination. The main goal is to choose effective methods of quantitative and qualitative analysis of indicators that affect the development of the market under study.

Research results. In our opinion, the monitoring of the fruit and berry products market of the South of Ukraine should be carried out based on the object and subject of research, evaluation criteria, methods of analysis, groups of calculated indicators and final results. The first evaluation criterion is the market potential and productivity of market operators. Producer farms need to take into account not only their production, labor, natural potentials, but also to follow market trends, flexibly changing the requirements for the products produced; the range offered; product quality requirements, which are constantly increasing. The development of domestic and foreign markets, increasing the presence of producers in international product markets logically leads to the second criterion of market evaluation - product quality standards. Market approaches to managing economic processes create a competitive environment for producers. Since fruit and berry products are part of the consumer basket, food, its quality is important. It must be improved and lead to environmental and organic production requirements. The third criterion for assessing the development of the market of fruit and berry products is the availability of products and motivation of end users. For consumers, the criterion of product availability is a complex concept of their solvency. The criterion of availability generates a criterion of motivation, ie an increase in the frequency of purchases, their intensity in terms of volume and money spent. Much attention should be paid to the purchasing behavior of rural buyers who have their own farms and their purchasing power is much lower than the demand of urban consumers. General scientific methods in the study of the activities of entities and the development of the market of fruit and berry products give a clear idea of the size of structures, their changes. Among them the most common are the monographic method, economic - statistical methods, normative methods and others.

Methods of economic - mathematical modeling are a manifestation of the economic form of economic problems, and the result of solving this problem depends entirely on the correct choice of factors of influence, determining their characteristics. Thanks to these methods, you can make long-term predictions and thus determine how the factors will behave when interacting in different variations. In our opinion, the main indicators that will characterize the work of market operators are profit and level of profitability, potential market capacity and purchasing power, consumer awareness and awareness.

Conclusions. In general, summarizing the above, the use of methods and techniques in the study of the market of fruit and berry products pursues the following objectives of scientific research: identification of factors that affect the size of the real and potential market of fruit and berry products; assessment of market participants on the importance of participation in the process of production and sale of products; determining the directions of influence (direct or indirect) of farms - producers and consumers on the formation of supply and demand in the market; identification of insignificant factors that do not affect market conditions in the market under study; assessment of the actions of external and internal factors that affect the outcome of the market in the face of its subjects, based on both theoretical conclusions and quantitative calculations; comprehensive assessment of product market development through the quantitative measurement of factors that have a significant impact on the effectiveness of the system.

Keywords: methods of analysis, market monitoring of fruit and berry products, market operators, product quality, end consumers, forecasting methods.

Постановка проблеми. Ринок плодово – ягідної продукції є складною економічною системою, яка розвивається під впливом факторів макро та мікро середовища. Аналіз його місткості, оцінка потенціалу розвитку і стратегічних орієнтирів залежить від правильного підходу та вибору методів аналізу. На сьогодні існує багато методів та прийомів, які дають можливість отримати кількісні та якісні показники. Сучасні методи аналізу та прогнозування є підґрунтям визначення конкурентних позицій господарюючих суб'єктів та інших операторів. Тому дослідження методичних підходів до моніторингу ринку продукції галузі є актуальним в умовах жорсткої конкуренції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Кількість методів та прийомів, які використовуються науковцями за весь період розвитку науки тільки збільшуються та удосконалюються. Ґрунтовно до систематизації

оцінки кількісних та якісних показників розвитку економічних об'єктів та явищ підходить В.Г. Андрійчук, В.С. Марцин, О.А. Даниленко. О.В. Піскунова та О.І. Осипова приділяють увагу методам статистичного аналізу при моніторингу ринків. Оцінкою потенціалу підприємств, ринків займаються Л.Л. Мельник, А.А. Турило, Х.Притула та інші науковці. Однак, кожний галузевий ринок має певні особливості та чинники, які в сукупності дають свій напрям розвитку такої економічної системи. Тому дослідження у напряму пошуку оптимальних методичних підходів до моніторингу ринку плодово – ягідної продукції є актуальним і сьогодні.

Формулювання цілей статті. Ринок плодово – ягідної продукції розвивається під впливом факторів мікро та макро середовища. Деякі фактори оказують прямий вплив на систему, деякі опосередкований. Іноді поодиночі фактори не призводять до суттєвих

зрушень розвитку системи, тому важливо аналізувати їх як поодинокі так і у сукупності. Головна ціль – обрати ефективні методи кількісного та якісного аналізу показників, що впливають на розвиток ринку, що досліджується.

Метою дослідження є: визначення сукупності методів аналізу, які б давали чітку картину моніторингу ринку плодово – ягідної продукції та ефективності роботи усіх суб'єктів.

Основними задачами дослідження є: встановити важливість методологічних та методичних підходів моніторингу ринку плодово – ягідної продукції; розробити система критеріїв оцінки та методичних підходів до моніторингу ринку плодово – ягідної продукції Півдня України; визначити, що є основними критеріями оцінювання при моніторингу розвитку ринку, обґрунтувати використання всезагальних філософських, загальнонаукових та спеціальних методів аналізу та прогнозування розвитку ринку продукції галузі; виділити основні показники, які впливають на розвиток ринку продукції галузі.

Виклад основного матеріалу. Моніторинг ринку плодово – ягідної продукції це робота з великою кількістю критеріїв та показників. Їх аналіз та підсумовування результатів можливо лише завдяки методологічному підґрунтю, а саме сучасних підходів та методик оцінки показників. За визначенням В.Г. Андрійчука «методологія наукового дослідження – це сукупність методів, принципів і прийомів, що використовуються дослідником для пізнання предмету дослідження за їх певного співвідношення і субординації... Але водночас методологію наукового дослідження можуть репрезентувати, крім уже відомого методологічного інструментарію, і такі методи, принципи та прийоми, які удосконалені і (або) сконструйовані дослід-

ником. Такі наукові дослідження відчаються особливою науковою вагомістю і є двигуном розвитку науки» [1, с. 42)].

Вдале поєднання загальнонаукових методів та доповнення аналізу новими методиками є об'єктивною необхідністю та сучасними вимогами моніторингу ринку. Використання специфічних методів досліджень дає можливість більш детально вивчити явище та врахувати вплив великої кількості факторів мікро та макро середовища, оцінити потенціал господарств – виробників та ринку.

Моніторинг ринку плодово – ягідної продукції Півдня України на нашу думку необхідно проводити, спираючись на об'єкт та предмет дослідження, критерії оцінки, методів аналізу, групи розрахункових показників та кінцевих результатів (рис. 1).

Перший критерій оцінки – ринковий потенціал та продуктивність операторів ринку. Господарствам – виробникам необхідно враховувати не тільки свій виробничий, трудовий, природний потенціали, а і слідкувати за ринковими тенденціями, гнучко змінюючи вимоги до продукції, яка виробляється; асортимент, який пропонується; вимоги до якості продукції, які постійно підвищуються. В умовах ринкових змін А.А. Турило вказує на стратегічну орієнтацію підприємств, а саме: «потенціал підприємства, якщо його розглядати як можливості розвитку, дає можливість оцінити вихідні параметри функціонування та спрогнозувати їх динаміку на перспективу. Це дозволяє підприємству сформувати реальні цілі та сформувати стратегічні й тактичні кроки по їх реалізації. Встановлення взаємозв'язку між потенціалом підприємства і його цілями є підґрунтям для прийняття управлінських рішень відносно підвищення економічної ефективності підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності» [2, с. 66].

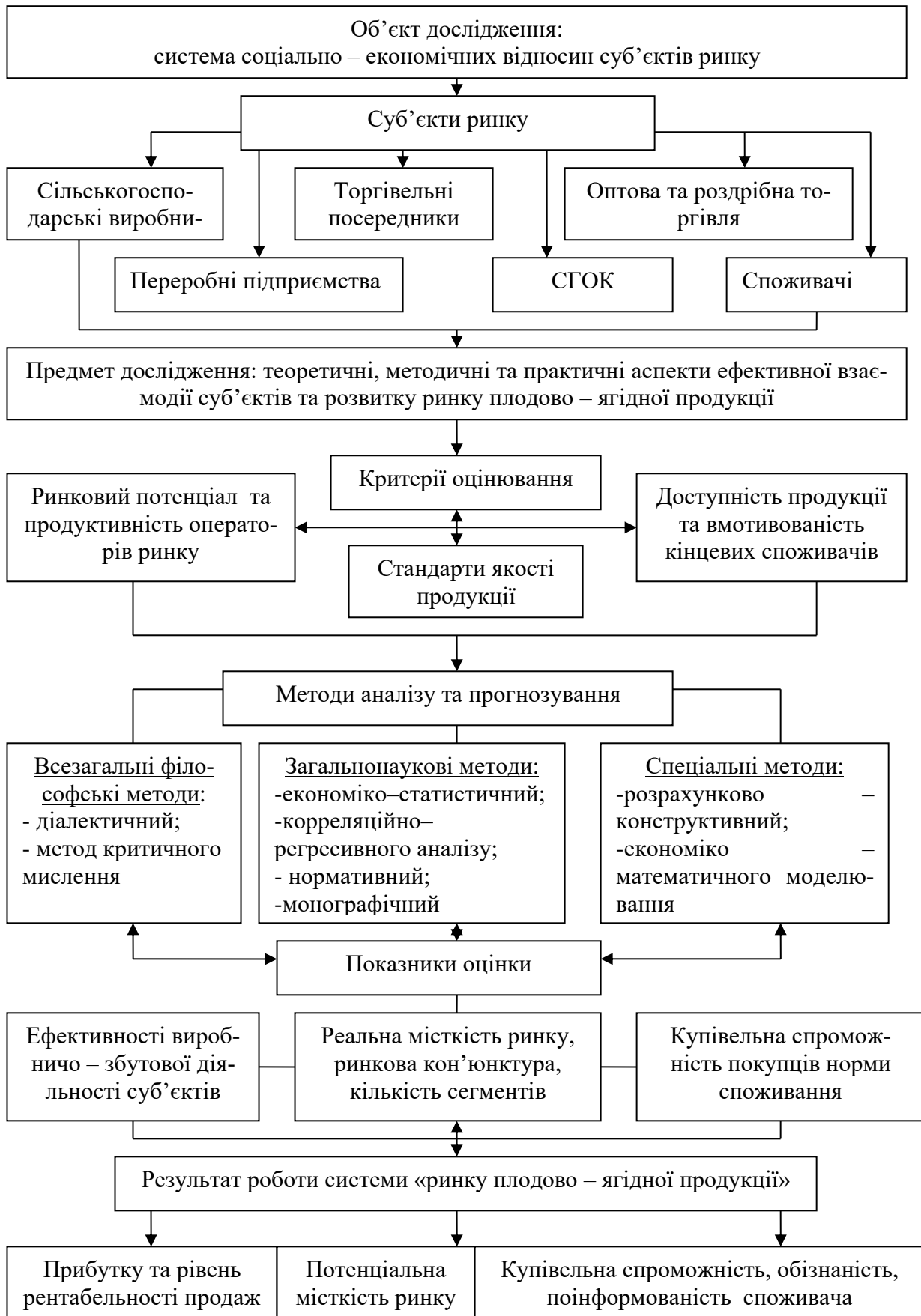


Рис. 1. Система критеріїв оцінки та методичних підходів до моніторингу ринку плодово – ягідної продукції Півдня України (авторська розробка)

Розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків, збільшення присутності виробників на міжнародних ринках продукції логічно підводить до другого критерію оцінювання ринку – стандарти якості продукції. Ринкові підходи до управління економічними процесами створюють конкурентне середовище для виробників. Так як плодово – ягідна продукція є складовою споживчого кошику, продуктами харчування, важливе місце займає її якість. Українські стандарти до продукції галузі, які встановлені Головним інститутом стандартизації України, містять стандарти, успадковані ще з Радянських часів. Як визначають дослідники Проекту UHBDP «Українські стандарти значною мірою відрізняються від стандартів, які застосовуються у Європейському Союзі, або від стандартів ФАО. Окрім застосування стандартів, які не змінювалися протягом останніх років в Україні, майже не передбачається контролю якості фруктів та овочів, які реалізуються на ринку свіжої продукції (наприклад, у супермаркетах чи на базарах). У Європейському Союзі контроль на ринку на предмет відповідності плодоовочевої продукції стандартам якості здійснюється або органом влади або контрольною організацією, яка фінансується за рахунок виробників» [3]. Все більше виробників притримуються міжнародних екологічних та органічних стандартів.

Третім критерієм оцінювання розвитку ринку плодово – ягідної продукції є доступність продукції та вмотивованість кінцевих споживачів. Саме споживачі в кінцевому підсумку висувають вимоги до виробників щодо кількості, якості та асортименту плодово – ягідної продукції. Для споживачів критерій доступності продукції є комплексним поняттям їх платоспроможності. Не всі покупці можуть купити фрукти та ягоди в достатній кількості. Іноді, такі основні продукти харчування як хліб, молоко та молочні продукти, м'ясо, є першочерговими у списку закупівель. Овочі можуть стояти як товари заміни. Тому чим нижчі ціни на плодово – ягідну продукцію, чим більше її на внутрішньому ринку за асортиментом, тим чесніші умови продажу продукції та рівніші права покупців.

Доступність плодово – ягідної продукції необхідно розглядати з точки зору економіч-

ної та фізичної доступності. Так, О.В. Піскунова та О.І.Осипова поділяючи ці два види доступності підкреслюють: «згідно із Законом України «Про продовольчу безпеку», оцінювання рівня продовольчої безпеки проводиться за допомогою системи індикаторів – кількісних та якісних характеристик стану, динаміки і перспектив фізичної та економічної доступності харчових продуктів для всіх соціальних і демографічних груп населення, рівня та структури їх споживання. До них належать: рівень споживання населенням харчових продуктів; економічна доступність харчових продуктів; фізична доступність харчових продуктів; стійкість продовольчого ринку; ступінь незалежності продовольчого ринку; безпечність і якість харчових продуктів; рівень розвитку аграрного сектору; природно-ресурсний потенціал і ефективність його використання. Найбільш інформативними та узагальнюючими показниками стану продовольчої безпеки [4] можуть виступати обсяги та асортимент спожитих населенням продуктів харчування, оскільки, з одного боку, вони характеризують платоспроможний попит населення (економічну доступність продовольства), а з іншого боку – наявність продукції у торговій мережі (фізичну доступність продовольства)» [5, с. 929].

Критерій доступності породжує критерій вмотивованості, тобто збільшення частоти закупівель, їх інтенсивності за обсягами та грошима, які витрачаються. Необхідно приділяти багато уваги купівельної поведінки покупців сільської місцевості, які мають власні підсобні господарства та їх купівельна спроможність значно нижча за попит споживачів міста. Х.Притула у власних дослідженнях розвитку сільських територій розглядає дві моделі, ендегенної та екзогенної. При цьому автор визначає «основні проблеми розвитку сільських територій: низька продуктивність та відірваність від світу. Обмеженість можливостей районів та груп для участі в економічній діяльності» [6, с.45]. Дійсно невисока економічна активність породжує безробіття та знижує доходну частину сільських жителів, а це в свою чергу впливає на ринковий попит. Тому оцінка цього критерію важлива з точки зору формування попиту на внутрішньому ринку плодово – ягідної продукції.

Ефективна оцінка визначених критеріїв можлива за умов використання методів сучасного аналізу та прогнозування. Для моніторингу ринку плодово – ягідної продукції прийнятним є застосування класифікації груп методів: всезагальні філософські методи, загальнонаукові методи та специфічні методи [1, с. 42].

Загальнонаукові методи при дослідженні діяльності суб'єктів та розвитку ринку плодово – ягідної продукції дають чітке уявлення про розміри структур, їх зміни. Перелік цих методів дуже великий. Серед них найбільш поширеними є монографічний метод, економіко - статистичні методи, нормативні методи та інші. Простота цих методів дає можливість застосовувати їх при будь – якому аналізі, а виявлені закономірності дають чіткі підстави до розробки шляхів вирішення проблем та складних ситуацій.

Монографічний метод полягає у вивчення позитивних і негативних сторін у розвитку певних явищ, процесів чи матеріального об'єкта, здійсненні кількісного і якісного оцінювання з наступним узагальненням одержаних результатів і розробкою заходів, спрямованих на вирішення завдань, поставлених перед таким монографічним дослідженням» [1, с. 267]. Аналіз розвитку ринку плодово – ягідної продукції Півдня України це безперервний моніторинг дій всіх операторів ринку, змін в обсягах пропонування продукції, змін у забаганках покупців. Якщо дослідженню підлягають господарства – виробники продукції, то цей метод дозволяє оцінити позиції підприємства та порівняти їх з іншими, виявити ті якісні та кількісні характеристики, які у подальшому посилять позиції на ринку. Українські науковці визначають, що «монографічне спостереження являє собою детальне вивчення і опис окремого об'єкта, або невеликої їх кількості за розширеною програмою. Таке спостереження проводиться з метою виявлення певних тенденцій і закономірностей розвитку явища, або для вивчення і розповсюдження по передового досвіду окремих підприємств, організацій і установ. Воно також використовується для виявлення недоліків в роботі окремих підприємств з метою їх усунення і недопущення в майбутньому [7, с. 16].

Економіко – статистичні методи дослідження найбільш поширені при виявленні економічних закономірностей функціонування суб'єктів ринку. Ці методи включають у собі процеси проведення статистичних групувань, розрахунків індексів, динамічних рядів, а також графічного методу дослідження.

Дослідження процесів в економіці завжди супроводжуються показниками, які відображають або розміри суб'єктів та результати виробничої діяльності, або відносні показники ефективності господарювання. При моніторингу ринку плодово – ягідної продукції потрібно приділяти увагу багатому колу показників. Ці показники охоплюють як виробничу так і збутову діяльність, тому що існує тісний взаємозв'язок між обсягами виробництва плодів та ягід та кількістю, яка пропонується на ринку як товарна. Таким чином, на підставі вище перелічених показників доцільно застосування методи економічного та статистичного аналізу. В основу методу статистичного групування покладено відокремлення показників по окремим ознакам, та аналізу закономірностей, які встановлено. Дослідження економічних явищ на ринку плодів та ягід застосовується наступні види групувань: структурні, типологічні та аналітичні (факторні).

Структурні групування дають змогу проаналізувати як поділяються доходи між виробниками, місткість якого ринку є найбільша тощо. Прикладом структурного групування може бути поділ підприємств за розмірами господарювання, величини виручки та прибутку. За допомогою такого групування застосовується АВС – метод, за допомогою якого визначається реальна місткість ринку виробників плодово – ягідної продукції в Україні та лідери. Результатом є виділення регіонів, де реальна місткість ринку найбільша.

Графічний метод є досить популярним у застосуванні, тому що наочно дає можливість представити показники у закономірній послідовності, або у сукупності взаємопов'язаних критеріїв. Він є універсальним та доступним для презентації отриманого матеріалу, доповнення картини економічного дослідження. Така презентація цифрового

матеріалу підвищує рівень наукової публікації.

При виробництві та збуті плодово – ягідної продукції виникає велика кількість причинно – наслідкових зв'язків: залежність продуктивності багаторічних насаджень від природно – кліматичних умов, дотримання технологій виробництва продукції; залежність рівня ціни від періоду реалізації та кількості продукції на ринку; залежність розмірів отриманих прибутків від обсягів реалізації, ціни, спроможності покупців, норм споживання плодів та ягід, тощо; залежність рівня оновлення асортименту продукції від капіталовкладень у виробництво та управління та інш. Таких зв'язків можна нарахувати багато, все залежить від поставлених завдань та напряму пошуку вирішення ситуаційних питань.

Так як розрізняють 2 типи зв'язків: функціональні та стохастичні, то для аналізу існуючої ситуації на ринку використовуються функціональні. Функціональність проявляється у прямій залежності результату від обраного фактору. Тобто ми можемо простежити залежність валових зборів продукції від площ багаторічних насаджень та урожайності плодівих культур, змін загального рівня споживання плодів від розмірів доходів споживачів, зниження ціни реалізації продукції. Інший тип зв'язків – стохастичний, застосовується при визначенні ймовірності настання події і прогнозуванні процесів.

Спеціальні методи виокремлюються з метою індивідуального застосування до вивчення проблеми, яка має свої, присутній тільки цій системі, змінні характеристики. При вивченні розвитку ринку плодово – ягідної продукції доцільним застосувати розрахунково – конструктивні методи та методи економіко – математичного моделювання. Ці спеціальні методи дають можливість визначити проблеми, оцінюючи дію всіх факторів впливу та розробляти економічно вигідні пропозиції. В.Г. Андрійчук підсумовує, що завдяки цим методам «стає можливим: 1) безпосередньо розв'язувати відповідні економічні завдання в поточному і (або) в перспективному періодах, коли зазначені розрахунки набувають форми завершеної методики такого розв'язання; 2) за результатами таких розрахунків розробляти заходи, спря-

мовані для досягнення поставлених господарських цілей; 3) обґрунтувати економічні проекти і здійснювати вибір ліпшого варіанту з можливих за відповідними техніко – економічними критеріями; 4) використовувати конструктивно – аналітичні розрахунки як певний базис (трамплін) для здійснення подальшого наукового пошук, спрямованого на вирішення важливої наукової і (або) прикладної організаційно – економічної проблеми» [1, с. 376].

Методи економіко – математичного моделювання є проявом економічного вигляду економічних проблем, при цьому результат вирішення цієї проблеми повністю залежить від правильності обрання факторів впливу, визначення їх характеристик. Завдяки цим методам можна зробити перспективні прогнози і при цьому визначити як будуть вести себе фактори при взаємодії в різних варіаціях.

Основними показниками, які характеризуватимуть роботу операторів ринку виступають на наш погляд прибуток та рівень рентабельності, потенціальні місткість ринку та купівельна спроможність, обізнаність та поінформованість споживача. Кожний з показників оцінки містить в собі ще декілька показників, тому на рис.1 представлено кінцеві показники. Вони охоплюють як виробників, так і ринок зі споживачами.

Висновок. В цілому, підсумовуючи вище визначене, застосування методів та прийомів при дослідженні ринку плодово – ягідної продукції переслідує наступні цілі наукового пошуку: виявлення факторів, які впливають на розміри реального та потенційного ринку плодово – ягідної продукції; оцінка суб'єктів ринку за вагомістю участі у процесі виробництва та реалізації продукції; визначення напрямів впливу (прямого або опосередкованого) господарств – виробників та споживачів на формування попиту і пропозиції на ринку; виділення несуттєвих факторів, що не впливають на кон'юнктурні зміни на ринку, що досліджується; оцінка дій зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на результат дії ринку в особі її суб'єктів, спираючись одночасно на теоретичні висновки та кількісні розрахунки; всебічна оцінка розвитку ринку продукції через кількісний вимір

факторів, що мають істотний вплив на ре- зультативність дії системи.

Список літератури:

1. Андрійчук В.Г. Основи наукових досліджень в агробізнесі: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2018. с. 491.
2. Турило А.А. Потенціал підприємства: сутність та методологічні підходи до визначення. *Економічний вісник*, 2014. №3, С. 65 – 71.
3. Стандарти якості для свіжих фруктів та овочів: веб-сайт. URL: <https://uhbdp.org/ua/korisni-materiali/231-standarti-yakosti-dlya-svizhikh-fruktiv-ta-ovochiv>.
4. Про продовольчу безпеку: Закон України від 22.12.2011р. № 8370-1 / Верховна Рада України. URL: <https://res.in.ua/zakon-ukrayini--pro-prodovolechu-bezpeku-ukrayini.html>
5. Піскунова О.В. Осипова О.І. Статистичний аналіз динаміки рівня продовольчої безпеки України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. В. 6. С. 928 – 935.
6. Прытула Х.. Ефективна реалізація потенціалу сільської території як основа системного розвитку. *Економічна та продовольча безпека України*. 2013. №1. С. 44 – 51.
7. Курс лекцій з дисципліни «Статистика». Частина 1. Теорія статистики: за ред. Є.І. Ткача. Тернопіль. *Економічна думка*, 2006. 224с.
8. Макаренко П.М. Мельник Л.Л. Економічний потенціал різних форм аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2011. №7. С. 89–97.
9. Макаренко П.М., Сень О.В. Теоретичні аспекти сутності ринку та його видів. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. В.1 (4). т. 2. С. 3–21.
10. Марцин В.С., Даниленко О.А. Основи наукових досліджень: Навчальний посібник. Львів. Ромус Поліграф. 2002. 128с.
11. Ponochovna, O., Piliavskiy, V., Makarenko, P.: Assessing the Reviving Risks while using the Manufacturing Resource Planning System at Agribusiness Enterprises. *ICT in Education, Research, and Industrial Applications 2019 (ICTERI 2019)*. pp. 11-20. CEUR-WS.org (2019).
12. Shabanova, L., Ismagilova, G., Salimov, L., Akhmadeev, M.: PEST - Analysis and SWOT - Analysis as the Most Important Tools to Strengthen the Competitive Advantages of Commercial Enterprises. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. (2015). doi: 10.5901/mjss.2015.v6n3p705
13. Pohrebytska, N., Ilyasova, M.: Cognitive Approach in Study of Some Aspects of the Strategic Potential of the Economic System of the Crimean Region. *BUSINESS INFORM*, 12, 93-98 (2013).

References:

1. Andriychuk V.Gh. (2018) *Osnovy naukovykh doslidzhenj v aghrobiznesi: navch. posibnyk*. [Fundamentals of scientific research in agribusiness: textbook. manual] Kyjiv, KNEU.
2. Turylo A.A. (2014) Potencial pidpryjemstva: sutnistj ta metodologichni pidkhody do vyznachennja. [Enterprise potential: essence and methodological approaches to definition] . *Ekonomichnyj visnyk*. vol. 3, pp. 65 – 71.
3. Standarty yakosti dlja svizhykh fruktiv ta ovochiv: veb-sajt. URL: <https://uhbdp.org/ua/korisni-materiali/231-standarti-yakosti-dlya-svizhikh-fruktiv-ta-ovochiv> (accessed 06 August 2020).
4. Pro prodovoljchu bezpeku [On food security]: Zakon Ukrajiny vid 22.12.2011r. vol.8370-1. Verkhovna Rada Ukrajiny. URL: <https://res.in.ua/zakon-ukrayini--pro-prodovolechu-bezpeku-ukrayini.html> (accessed 06 August 2020).
5. Piskunova O.V. Osypova O.I. (2015) Statystychnyj analiz dynamiky rivnja prodovoljchoji bezpeky Ukrajiny. [Statistical analysis of the dynamics of the level of food security of Ukraine] *Globaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky*. V. 6, pp. 928 – 935.
6. Prytula Kh. (2006). Efektyvna realizacija potencialu siljskoji terytoriji jak osnova systemnogho rozvytku. [Effective realization of the potential of rural areas as a basis for systemic development]. *Ekonomichna ta prodovoljcha bezpeka Ukrajiny*. Vol. 1, pp. 44 – 51.
7. Tkacha Je.I. (2006) *Kurs lekciij z dyscypliny «Statystyka»*. Chastyna 1. *Teorija statystyky*. [Course of lectures on the discipline "Statistics". Part 1. Theory of statistics] Ternopilj, Ekonomichna dumka, 224 p.
8. Makarenko P.M. Meljnyk L.L. (2011). Ekonomichnyj potencial riznykh form aghrarnykh pidpryjemstv. [Economic potential of various forms of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*. Vol. 7, pp. 89–97.
9. Makarenko P.M., Senj O.V. (2012). Teoretychni aspekty sutnosti rynku ta jogho vydiv. [Theoretical aspects of the essence of the market and its types] *Naukovi praci Poltavskojji derzhavnojji aghrarnojji akademiji*. V.1 (4). t. 2, pp. 3–21.
10. Marcyn V.S., Danylenko O.A. (2002). *Osnovy naukovykh doslidzhenj: Navchaljnyj posibnyk*. [Fundamentals of scientific research: Textbook] Ljviv. Romus Polighraf.
11. Ponochovna, O., Piliavskiy, V., Makarenko, P. (2019). Assessing the Reviving Risks while using the Manufacturing Resource Planning System at Agribusiness Enterprises. *ICT in Education, Research, and Industrial Applications*. CEUR-WS.org, pp. 11-20.
12. Shabanova, L., Ismagilova, G., Salimov, L., Akhmadeev M. (2015). PEST - Analysis and SWOT - Analysis as the Most Important Tools to Strengthen the Competitive Advantages of Commercial Enterprises. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. doi: 10.5901/mjss.2015.v6n3p705
13. Pohrebytska, N., Ilyasova, M. (2013). Cognitive Approach in Study of Some Aspects of the Strategic Potential of the Economic System of the Crimean Region. *BUSINESS INFORM*. Vol. 12, pp. 93-98.