

Колокольчикова І.В.,
канд. екон. наук, доцент, докторант,
Полтавська державна аграрна академія

ЦІНА В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Kolokolchykova I.V.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., doctoral candidate,
Poltava State Agrarian Academy

PRICE IN THE SYSTEM OF MARKET CHARACTERISTICS OF FRUIT AND BERRY PRODUCTS

Постановка проблеми. Ціна є регулятором рівня ефективного виробництва плодово-ягідної продукції. Вивчення кон'юнктури ринку та відповідних змін відбувається саме з цього економічного показника, за яким визначається співвідношення попиту та пропозиції продукції, сила конкурентної боротьби, можливості позиціювання на ринку. Коливання на внутрішньому та зовнішньому галузевих ринках змінюють ціни, які іноді нижчі за собівартість продукції, тому виробництво в результаті стає збитковим. Таким чином, ціна виступає не тільки регулятором прибутковості галузі в цілому, а і від її рівня залежить можливість існування господарських суб'єктів та здійснення ними виробничо-збутової діяльності. Ця проблематика є актуальною і сьогодні, тому що нерозвиненість інфраструктури ринку, нерівні умови та можливості підприємств великого, середнього та малого бізнесу створюють складність присутності на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічну основу дослідження складають праці Н. Власової [1] та Л. Мельника [2], які вивчають формування ефективної цінової політики підприємств з точки зору теоретичних та практичних аспектів. Праці Т. Симонової [3] та В. Невлад [4] присвячені дослідженню факторів, які впливають на рівень цін. К. Чичуліна, І. Ріжко, К. Матюшенко [5], П. Саблук [6], К. Герасимчук [8], Л. Приймачук, Л. Коваль [9], О. Бурляй, О. Коваленко, О. Підпригора [10] та ін. ведуть роботу з пошуку вирішення проблем зниження цін на сільськогосподарську продукцію та низької ефективності виробництва в цілому. Проте, незважаючи на велику кількість напрацювань в цьому напрямі, дослідженню саме ціни в системі ринкових характеристик плодово-ягідної продукції не приділялось достатньо уваги, що і обумовлює напрями наших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз економічної категорії «ціна» в системі ринкових характеристик плодово-ягідної продукції в її теоретичному та практичному аспекті. Досягнення мети вимагає вирішення наступних завдань: теоретичне дослідження ціни як економічної категорії, встановлення взаємозв'язку цього поняття з трудовою теорією та теорією граничної корисності; аналіз суті ціни як ринкової категорії в розрізі практики її застосування; дослідження груп факторів, які впливають на формування ціни на ринку плодово-ягідної продукції, оцінка їх важливості за ступенем впливу; аналіз динаміки цін реалізації продукції галузі протягом року, встановлення закономірностей; виявлення наявних проблем та пошук напрямів їх вирішення з метою позитивного впливу на цінову політику галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Не викликає сумніву той факт, що формування ціни як складової системи ринкових характеристик плодово-ягідної продукції відбувається під впливом попиту та пропозиції. Ціна – це економічна категорія, динамічна за своєю суттю та залежить від багатьох факторів, особливо від виду продукції, місця продажу, часу здійснення угоди, суб'єктів продажу. Різними підходами визначаються і ціни на внутрішньому та зовнішньому ринках, тому що іноді однакові фактори впливу мають неоднакову важливість при її формуванні.

Думки та напрацювання вітчизняних вчених, які досліджують ціну як економічну категорію, знаходять своє відображення у виявленні взаємозв'язку її з трудовою теорією та теорією граничної корисності. За визначенням Н. О. Власова та інших науковців «характерною особливістю таких наукових побудов є їх базування на принципах трудової теорії. При цьому чинним залишається понятійний ланцюг трудового підходу: «суспільна вартість» – «ціна виробництва» – «ринкова ціна» – «ціна реалізації». Діалектика взаємозв'язку між ними полягає в тому, що на боці ціни виробництва виступає всезагальна закономірність, а саме – в кожному товарному виробництві внутрішньою основою цін усіх товарів є вартість; ринкова ціна виражає особливості в ціноутворенні на даний вид товарів; ціна реалізації вказує на конкретні, одиничні умови його купівлі-продажу. Саме на останньому етапі ціна товару як одиничне формується під впливом численних конкретних умов обміну та

передбачає суб'єктивну оцінку його корисності, рідкісності та інших властивостей в руслі теорії граничної корисності [1, с. 46].

Цілком погоджуємось з цими висновками, тому що концептуальна модель встановлення ціни враховує перш за все розмір витрат, які пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції, а також унікальні властивості товару. З ринкових позицій ціну, як економічну категорію, аналізує Л. Л. Мельник, тобто «у практичному аспекті ринкова ціна у кінцевому підсумку завжди є результатом торгу, який фіксує досягнуту угоду між продавцем і покупцем товару. Зрозуміло, що спочатку продавець прагне продати свій товар якомога дорожче. Його ціна – це ціна пропозиції. У покупця наміри протилежні. Його ціна – це ціна попиту. Продавець і покупець зупиняються на компромісному варіанті. Тобто ціна пропозиції і ціна попиту наближаються одна до одної, формуючи реальну ринкову ціну. Поступливість одного суб'єкта ринку і наступальність іншого, безумовно, залежать від співвідношення попиту та пропозиції на даний товар. Покупцю в його прагненнях сприяє конкуренція між продавцями товару, продавцю – між покупцями. У цій логіці ціноутворення певною мірою знаходять відображення більшість її наукових напрямів: «витрат виробництва», «граничної корисності», «співвідношення попиту й пропозиції» й інших. Але навіть здоровий глузд і логіка дають підстави стверджувати, що для продавця товару ціна на його товар, при всіх маніпуляціях цін, має нижню межу – витрати виробництва, а для покупця – його платоспроможність [2, с. 14].

Т. А. Симонова привертає увагу на кількості факторів впливу при формуванні ціни, тобто «цей процес ускладнюється через вплив на ціни комплексу політичних, економічних, психологічних і соціальних факторів. Ціна може визначатися кількістю витрат на виробництво товару, а також її рівень може залежати від психології поведінки покупців. Отже, підприємець при встановленні ціни на товар повинен урахувати всі фактори, що впливають на її рівень, і встановити ціну таким чином, щоб одержати хоча б мінімальний прибуток» [3, с. 57]. Л. Л. Мельник доповнює тим, що «прибутковість агропідприємств, у свою чергу, визначається низкою факторів. Чільне місце у їхньому складі належить зовнішньому фактору – ринковим цінам на їхню продукцію. У зв'язку з цим загально визнаним є положення, згідно з яким перехід на ринкові ціни не забезпечує еквівалентний обмін сільському господарству з боку суміжних сфер АПК (першої й третьої). Він отримав назву «диспаритет», або «ножиці» цін. Ринок сам по собі не може вирішити цю проблему. Необхідне втручання держави» [2, с. 14].

До внутрішніх факторів зниження діапазону ринкових цін на продукцію відносять можливість вирішення проблем нерозвиненої інфраструктури ринку. В. Ф. Невлад зупиняється на тому, що «ринкова трансформація інтеграційних зв'язків відбувається, на жаль, шляхом скорочення продажу сільськогосподарської продукції безпосередньо переробним підприємствам і непомірного розширеного збуту за комерційними каналами, які є найменш прозорими і контрольованими. Продаж за даними каналами проводиться переважно з поля та за цінами, нижчими за біржові. Величезні суми осідають у кишенях приватних підприємців та насінневих трейдерів» [4, с. 79].

Ціна на ринку плодово-ягідної продукції виступає індикатором успішності галузі та його суб'єктів ринку. З одного боку – оптимальна ринкова пропозиція забезпечує товаровиробників прибутком, за рахунок якого можна впроваджувати інноваційні підходи до розвитку галузі та вести розширене виробництво. З іншого боку – оптимальний ринковий попит формує задоволення кінцевих споживачів, продовольче забезпечення країни, добробут та здоров'я нації.

Ціновий діапазон не встановлюється сам по собі. Він відображає вплив безліч факторів у відповідний час у відповідному місці. На ціну на плоди та ягоди діють різні ціноутворюючі фактори: ціни виробництва, доходи населення, ринкова ситуація, кількість маркетингових торговельних посередників тощо. Також вплив мають і деякі ціноутворювальні фактори, які діють лише на окремих етапах розвитку товарно-грошових відносин, наприклад: умови поставок товару, взаємовідносини між продавцем і покупцем, спосіб руху продукції від виробника до споживача, франкування ціни, тобто включення до її складу витрат на страхування і доставку товару. Особливістю ціноутворення і цін на сільськогосподарську продукцію також є те, що по більшості її видів проявляється сезонне коливання цін. Зокрема, ціни істотно знижуються під час масового збору врожаю і в початковий після збирання період. Ціни починають зростати і нерідко досягають свого максимуму з наближенням наступного збирального сезону [3, с. 58].

На наш погляд, формування ціни як складової системи ринкових характеристик плодово-ягідної продукції формується під впливом таких груп факторів: кінцевого споживача, що є стимулом та мотивом виробництва продукції; внутрішнього бізнес середовища, а саме господарюючих суб'єктів ринку, що приймають участь у процесі виробництва, переробки та продажу продукції; зовнішнього середовища, тобто розміри та умови експортно-імпоротної операції, природно-ресурсний потенціал галузі та країни, економічні закони та реалізація державних програм розвитку. Фактори, що впливають на формування ціни на плодово-ягідну продукцію? представлено на рис. 1.

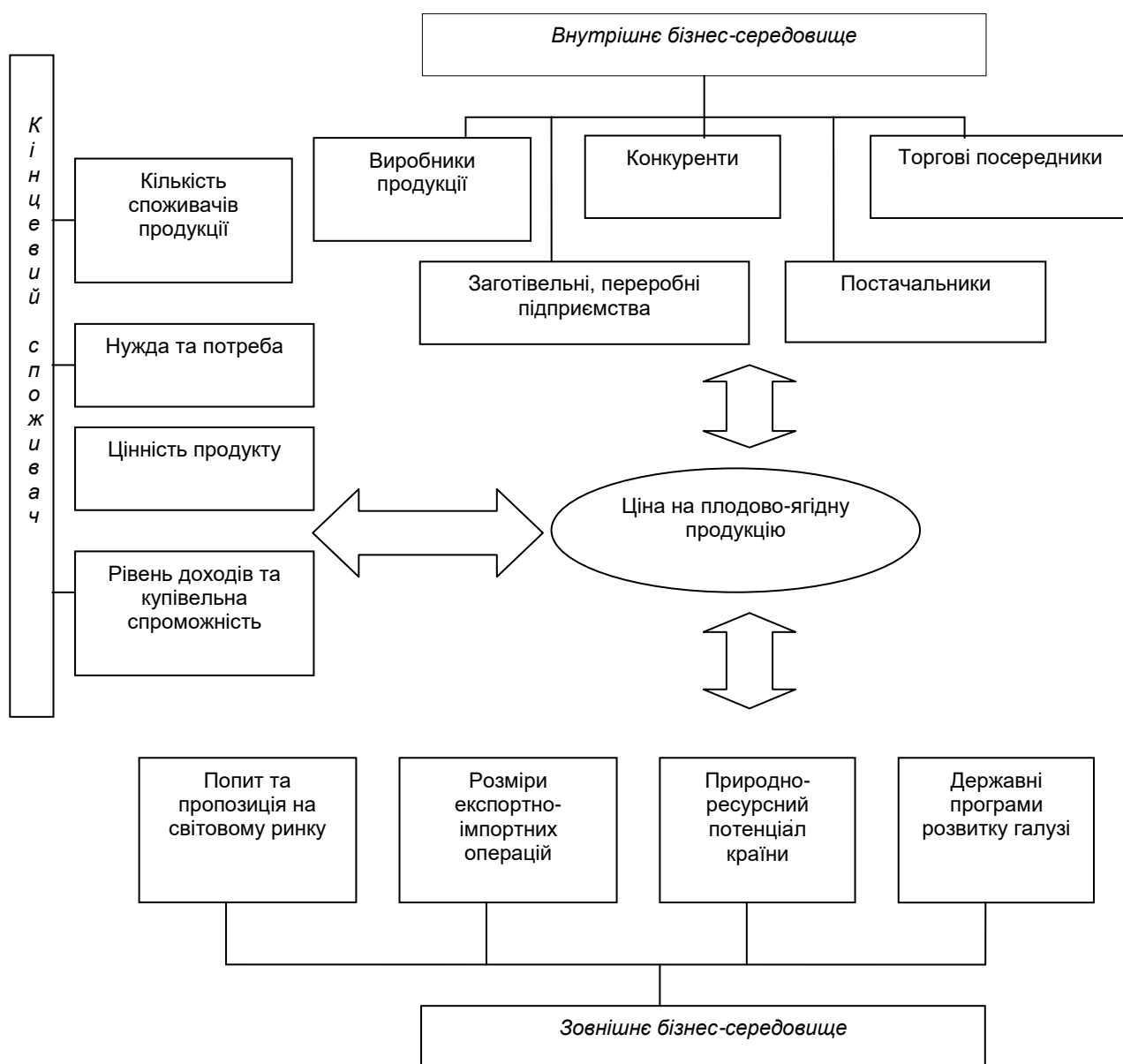


Рис. 1. Формування ціни на ринку плодово-ягідної продукції

Джерело: власні дослідження

У блоці «кінцевий споживач» вирішальним є вплив фактора платоспроможності покупця. Саме цей чинник стає мотивом вибору продукту купівлі та його кількості. У блоці «внутрішнє бізнес-середовище» вагомими є виробники та посередники, бо виробник саме забезпечує наявність товарної продукції, а посередник впливає (частіше негативно) на довжину шляху від виробника до споживача, формуючи при цьому величезні надбавки до ціни. У блоці «зовнішнє бізнес-середовище» найвагоміший вплив оказують світові тенденції.

Сам процес встановлення ціни на ринку плодово-ягідної продукції, тобто її рівень, сьогодні визначається під впливом більше внутрішнього середовища. Неможливість збереження та переробки продукції власними силами та маркетингові посередники значно знижують оптові ціни закупівель. Тому для виробника реалізація продукції іноді не вигідна. На кінцеву ціну реалізацію впливають споживачі, які обмежують обсяги купівлі фруктів та ягід в основному в результаті низьких доходів.

Зниження ефективності та прибутковості збутової діяльності в галузі садівництва покладає на цінову політику вирішення складних питань. За словами К. В. Чичуліна, І. В. Ріжко, К. М. Матюшенко, «пошук нових цінових стратегій, тактичних підходів на кшталт традиційним є однією з пріоритетних задач у процесі формування цінової політики підприємств. Орієнтуючись на досвід економічно розвинених європейських країн, можна відзначити, що цінова політика в умовах ринку повинна обов'язково враховувати особливості як попиту, так і конкурентного середовища. На сьогодні повільний розвиток створення ефективних процесів ціноутворення українських сільськогосподарських підприємств значною мірою пов'язаний з відсутністю необхідного теоретичного та методичного забезпечення процесу цінової політики» [5].

Ціни, які встановлюють підприємства, в різні періоди під час продажу продукцію формують цінову політику підприємств, а в сукупності, і, цінову політику галузі. У стратегії трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України визначається, що цінова політика має сприяти беззбитковому виробництву сільськогосподарської продукції з відповідним рівнем продуктивності і спрямовуватися на такі цілі [6, с. 3-4]:

– на першому етапі в умовах обмежених фінансових можливостей держави цілями є забезпечення як мінімум простого відтворення виробництва продукції в основних галузях сільського господарства за допомогою запровадження цін підтримки (заставних цін) на квотовану сільськогосподарську продукцію в межах продовольчої безпеки країни;

– на другому етапі – на стабілізацію і створення економічних передумов розширеного відтворення продукції в обсягах внутрішніх та експортних потреб на основі дотримання цінового паритету шляхом вільного ціноутворення та за необхідності застосування еквівалентних цін;

– на третьому етапі – на здійснення поступового переходу від прямого регулювання через механізм еквівалентних цін до розширення попиту на продовольчі товари шляхом підтримки малозабезпечених верств населення.

Однак, з року в рік, коливання середніх реалізаційних цін на плоди та ягоди відбуваються однакові. Максимальні ціни фіксуються в одні і ті ж самі часові проміжки. Аналогічна ситуація і з мінімальними цінами (табл. 1).

Таблиця 1

Середні ціни на плодово-ягідну продукцію, реалізовану підприємствами за місяць, грн/т

	Рік					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Січень	3967,6	3985,6	5430,2	7191,2	7049,9	10856,8
Лютий	3922,0	4219,8	5899,1	7418,2	6921,5	11528,0
Березень	4274,6	4376,4	8498,3	7272,0	6761,0	11721,8
Квітень	5470,0	4125,2	7387,7	6403,8	6995,9	12683,7
Травень	6894,1	4959,4	7365,4	7015,0	11665,4	12347,7
Червень	8668,7	10032,8	13115,2	13688,9	19240,3	15692,9
Липень	5832,0	8325,9	10637,5	17602,2	19975,6	13008,9
Серпень	2553,6	3281,9	4658,7	8844,6	14775,9	5882,6
Вересень	1745,7	1983,8	3510,9	3928,5	6987,4	2834,8
Жовтень	1786,3	1696,6	3555,6	3939,6	4405,8	3064,4
Листопад	1750,0	2078,4	6754,8	3705,3	7211,7	1428,1
Грудень	3496,7	2570,5	7485,8	5517,0	8571,6	4060,2

Джерело: на основі даних Державної служби статистики України [7]

Щомісячний вплив на рівень ціни на плоди та ягоди оказує кількість продукції, що пропонується для збуту. Чим більша кількість товарних плодів та ягід представлена на ринку, тим нижча ціна. Перевага пропозиції над попитом призводить до зниження ціни. Так, протягом останніх 6 років, тобто за період з 2013 р. по 2018 р. на ринку галузі найнижчі ціни спостерігаються за період з серпня по грудень. Таке велике пропонування продукції є результатом обмежених можливостей товаровиробників до збереження продукції і вибору потенційного продавця. Реалізація продукції «з поля» призводить до максимального зниження ціни та великих втрат товарної продукції. Та продукція, яка не пройшла якісної оцінки замовника, іноді просто списується як втрати. Відсутність міцних зв'язків з переробниками, які б могли забрати залишки продукції невідповідної якості, приводить до того, що рівень товарності по плодам може знижуватися до 20% і нижче.

Згідно статистичних даних, у 2018 р. найнижчі ціни на плоди та ягоди були у вересні – листопаді, а саме: 2834,8 грн/т, 3064,4 грн/т, 1428,1 грн/т. Це занадто низька ціна, яка не покриває витрат навіть на виробництво цієї продукції. Найвищі ціни на фрукти та ягоди фіксуються перед новим сезоном їх збору. Ринок продукції в цей період представлено лише тими фруктами та ягодами, які зберігались. Відповідно, продукції небагато, попит зростає і тому ціни високі. У 2018 р. такі ціни тримались з квітня по червень – липень. Ціна червня та липня – це вже ціна на перші зібрані плоди та ягоди, яка класично завжди висока: 15692,9 грн/т, 13008,9 грн/т.

Ці тенденції з рівнем цін на ринку галузі приводять до висновку, що найвигідніше виробляти та збувати продукцію ранніх та пізніх сортів плодкових культур, а цінова політика повинна мати відповідні стратегічні орієнтири. Герасимчук К. Ю. підкреслює, що «стратегічні аспекти цінової політики включають договірні заходи із встановлення і зміни цін, які спрямовані на урегулювання діяльності

всієї виробничої і товаропровідної мережі підприємства, і підтримку конкурентоспроможності продукції і послуг у співвідношенні з цілями і завданнями загальної стратегії фірми. Тактичні аспекти цінової політики охоплюють заходи короткострокового і разового характеру, які спрямовані на виправлення деформації в діяльності виробничих підрозділів і товаропровідної мережі, яка виникає внаслідок непередбачених змін цін на ринках чи поведінки конкурентів, помилок управлінського персоналу, і можуть іноді суперечити стратегічним цілям підприємства» [8, с. 119].

Цінова політика на ринку плодово-ягідної продукції формується під впливом дій всіх операторів ринку. До довгострокових орієнтирів галузі необхідно віднести: розширене виробництво продукції; прийнятні конкурентні умови існування суб'єктів ринку; планування розмірів прибутку та рентабельності; гнучкість цін відповідно до кон'юнктурних змін. До короткострокових орієнтирів входить: варіювання ціною у часі та просторі, розширення меж та місткості ринку; освоєння нових сегментів.

Однак, сучасні результати економічної ефективності виробничо-збутової діяльності підприємств – виробників продукції є дуже низькі. І, чим менше за розмірами підприємство, тим складніше йому утримати високі ціни реалізації та отримувати прибуток. Перевищення пропозиції над попитом – це головна проблема зниження цін реалізації. Л. Приймачук та Л. Коваль зазначають, що «ринок плодів із дефіцитного став перенасиченим. Зникли черги покупців, але виникли певні труднощі з продажем садівничої продукції. Незважаючи на те, що на міських ринках, супермаркетах реалізація фруктів і ягід збільшилася, все ж значна кількість аграрних підприємств, фермерських господарств не має нормального ринку збуту (за ціною реалізації), тому переважна їх кількість знаходиться на межі банкрутства» [9].

Супутніми проблемами господарської діяльності виробників є відсутність достатнього рівня забезпеченості ресурсами. О. Л. Бурляй в цьому ключі виділяє «відсутність належного матеріально-технічного забезпечення, а відтак недотримання агротехнічних заходів, висока трудомісткість виробництва та відсутність матеріального стимулу для ефективного виконання робіт тощо. При невисокому рівні виробництва плодів виникають великі труднощі з їх збутом через нерозвиненість реалізаційної інфраструктури, збереження та переробки плодів, втрату зовнішніх ринків збуту. Ціни реалізації не забезпечують повну віддачу понесених витрат на виробництво і відповідно у господарств відсутня можливість подальшого відтворення багаторічних насаджень» [10, с. 78]. А. Шумейко висвітлює причини негативних наслідків у формуванні цінової політики та ціни на продукції у проблемах ринкового середовища, підкреслюючи, що «збитковість садівництва зумовлена комплексом двох груп факторів: макроекономічного рівня, які здебільшого не залежать від діяльності садівницьких підприємств (це передусім диспаритет цін на продукцію промисловості й сільського господарства, зрушення місткості внутрішнього ринку продукції та втрата зовнішніх ринків збуту); мікроекономічного рівня (надто низька продуктивність насаджень і конкурентоспроможність продукції за якістю та собівартістю, повільна адаптація садівницьких підприємств до ринкових відносин, відсутність у них належної сфери реалізації)» [11, с. 57]. Велика кількість на ринку імпортової фруктово-ягідної продукції є також фактором існуючої цінової конкуренції.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, за результатами дослідження встановлено, що в теоретичному плані ціна продукції має тісний взаємозв'язок з трудовою теорією та теорією граничної корисності, в практичному прояві ця категорія відображає ринкові важелі впливу як на ринок, так і на господарюючих суб'єктів. Систематизовано та згруповано у блоки фактори, що впливають на ціну плодово-ягідної продукції на мікро- та макrorівнях. Виявлено циклічність змін рівня ціни на плоди та ягоди протягом року. Окреслено коло проблем та визначено вектор змін з метою підвищення рівня цін та росту ефективності галузі садівництва в цілому.

Література

1. Власова Н. О. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі на продовольчі товари: монографія. Харків : ХДУХТ, 2012. 376 с.
2. Мельник Л. Л. Цінова політика держави в контексті нееквівалентних міжгалузевих відносин в АПК. *Агросвіт*. 2012. № 2. С. 13-19.
3. Симонова Т. А. Вплив факторів на ціноутворення сільськогосподарської продукції. *Агросвіт*. 2011. № 1. С. 57-60.
4. Невлад В. Ф. Державна підтримка цінової стабільності на ринку АПК України. *Економіка: проблеми теорії та практики*: збірник наукових праць. 2010. Вип. 265(5). С. 78-84.
5. Чичуліна К. В., Ріжко І. В., Матюшенко К. М. Особливості формування цінової політики на сільськогосподарських підприємствах. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 28.09.2019).
6. Саблук П. Т. Про стратегію трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України: наукова доповідь. *Економіка України*. 2000. № 8. С. 3-36.
7. Сільське господарство України 2018 рік: статистичний збірник. Київ. 2019. 190 с.

8. Герасимчук К.Ю. Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничо-технічного призначення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2008. № 611. С. 118-124.

9. Приймачук Л., Коваль Л. Аналіз та оцінка формування ефективного функціонування ринку плодів та ягід у Західному регіоні України. *Вісник ЛНАУ*. 2009. URL: <http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer> (дата звернення: 28.09.2019).

10. Бурляй О. Л., Коваленко О. С., Підпригора О. В. Конкурентоспроможність продукції садівництва України в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2016. Вип. 89(2). С. 73-91.

11. Шумейко А. Ринок фруктів і ягід України. *Економіка України*. 2003. № 10. С. 55-61.

References

1. Vlasova, N.O. (2012), *Formuvannija efektyvnoi tsinovoї polityky pidpryiemstv torhivli na prodovolchi tovary* [Formation of effective pricing policy of trade enterprises for food products], monograph, KhDUKht, Kharkiv, Ukraine, 376 p.

2. Melnyk, L.L. (2012), "Price policy of the state in the context of non-equivalent inter-branch relations in the agroindustrial complex", *Ahrosvit*, no. 2, pp. 13-19.

3. Symonova, T.A. (2011), "The influence of factors on the pricing of agricultural products", *Ahrosvit*, no. 1, pp. 57-60.

4. Nevlad, V.F. (2010), "State support for price stability at the market of agricultural complex of Ukraine", *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: zbirnyk naukovykh prats*, Iss. 265(5), pp. 78-84.

5. Chychulina, K.V., Rizhko, I.V. and Matiushenko, K.M. (2018), "Features of pricing policy formation at agricultural enterprises", *Efektyvna ekonomika*, no. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (access date September 28, 2019).

6. Sabluk, P.T. (2000), "About the strategy of transformation of agroindustrial complex and ensuring of food security of Ukraine: scientific report", *Ekonomika Ukrainy*, no. 8, pp. 3-36.

7. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Sil'ske hospodarstvo Ukrainy 2018 rik: statystychnyi zbirnyk* [Agriculture of Ukraine 2018: statistical compilation], Kyiv, Ukraine, 190 p.

8. Herasymchuk, K.Yu. (2008), "Methodological aspects of pricing of products for industrial and technical purposes", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika"*. *Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 611, pp. 118-124.

9. Prymachuk, L. and Koval, L. (2009), "Analysis and evaluation of formation of effective functioning of the market of fruits and berries in the Western region of Ukraine", *Visnyk LNAU*, available at: <http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer> (access date September 28, 2019).

10. Burliai, O.L., Kovalenko, O.S. and Pidopryhora, O.V. (2016), "Competitiveness of horticultural products of Ukraine in the conditions of deepening of European integration processes", *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho natsionalnoho universytetu sadivnytstva*, Iss. 89(2), pp. 73-91.

11. Shumeiko, A. (2003), "Market of fruits and berries of Ukraine", *Ekonomika Ukrainy*, no. 10, pp. 55-61.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2019 р.