



МАРКЕТИНГ І РИНКОВІ ВІДНОСИНИ

УДК 631.11:658.81

Варченко О.М.,
*д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів та кредиту
 Білоцерківський національний аграрний університет*

ЛОГІСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Varchenko O.M.,
*dr.sc.(econ.), professor, head of department of finance and credit
 Bila Tserkva National Agrarian University*

LOGISTICS INFRASTRUCTURE AS INSTRUMENT OF COMPETITIVE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN ENTERPRISES

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку економічних виробничих систем, активізації конкурентної боротьби на ринку товарів та послуг все більшого значення набуває логістика, і зокрема, розвиток логістичної інфраструктури. Оскільки саме функціонування останньої здатне забезпечити той неперервний ланцюг, по якому протікатимуть всі необхідні логістичні операції з матеріальними потоками. Логістична інфраструктура відіграє базову роль у формуванні та розвитку ринкових відносин, тому її дослідження є особливо актуальним в сучасних умовах. Адже, раціонально побудована логістична інфраструктура дозволить знизити витрати суб'єктів господарювання на транспортування, зберігання, розподіл, розмитнення та інші логістичні послуги та, таким чином, задовольнити потреби населення у необхідних благах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Механізм функціонування та управління логістичною інфраструктурою аграрних підприємств є найменш дослідженою проблемою в галузі логістики. Проблеми обґрунтування понятійного апарату процесу руху товарів та його основні складові в їхньому взаємозв'язку розглядалися в працях таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, як В.В. Апопій, Д. Бауерсокс, П.П. Борщевський, О. Бурдяк, С.І. Дорогунцов, Є.В. Крикавський, О.В. Неборачко, М. Окландер, Р.Р. Ларіна, Л.Г. Чернюк, М.І. Фащевський та інші. Проте, малодослідженими залишаються питання сутності логістичної інфраструктури аграрних підприємств, її стан та механізми управління.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та практичних засад формування логістичної інфраструктури аграрних підприємств в Україні та розробки пропозиції щодо їх перспективного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування логістичної інфраструктури та на її основі організованого товароруху сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства є об'єктивною необхідністю для вітчизняних сільськогосподарських підприємств. Це пояснюється двома групами чинників, перша з яких пов'язана із забезпечення продовольчої безпеки країни, підвищенням конкурентоспроможності товаровиробників та продукції, а друга – з глобалізацією світової економіки, вступом України до СОТ, розвитком міждержавних і міжрегіональних зв'язків.

Обов'язковою умовою розвитку збутової інфраструктури має стати посилення ролі держави на основі використання теорії систем, сутність якої полягає у розгляді інфраструктури в єдності всіх її частин, що пов'язані із зовнішнім середовищем сільськогосподарських підприємств. Основними принципами системного управління розвитком збутової інфраструктури слід вважати: відмову від рішень дискретних задач і перехід до моделі використання бізнес-процесів, тобто до процесного підходу; наявність прямого та зворотного зв'язку між ними.

Системний підхід повинен базуватися на таких положеннях: одночасне перетворення раніше створених елементів збутової інфраструктури та формування нових складових, які принципово відрізняються від традиційних; забезпечення упорядкування та спеціалізації підприємств й організацій; диверсифікація торгово-посередницької, зовнішньоекономічної й інформаційної інфраструктури; збалансованості розвитку окремих підсистем та елементів.

У концептуальному плані на найближчу перспективу доцільно виділити кілька важливих

напрямів розвитку збутової інфраструктури ринку: посилення державного контролю над безпекою та якістю продукції, пов'язане із перекладанням відповідальності за ці показники на товаровиробників; запровадження соціальної типології та моніторингу груп споживачів сільськогосподарської продукції, що сприяє обґрунтуванню моделей раціоналізації товароруку; активізація міжрегіональної та міжнародної співпраці, розробка заходів щодо просування вітчизняної продукції на зовнішні ринки; на рівні сільськогосподарських підприємств удосконалення товароруку продукції сприятиме впровадженню на них систем оптимізованого планування для управління ланцюгами поставок.

Особливістю сільськогосподарської продукції є те, що її необхідно реалізувати в короткі проміжки часу, що має враховувати збутова інфраструктура. Відповідно до класифікаційних ознак товарного та інфраструктури агропродовольчого ринку доцільно провести групування елементів збутової інфраструктури, яка у свою чергу є складовою інфраструктури агропродовольчого ринку [1, с. 38].

До першої групи відносять торгово-посередницькі й торгово-розподільчі організації. До торгово-посередницьких входять оптові та оптово-роздрібні ринки агропродовольчої продукції; сільськогосподарські кооперативні ринки, магазини роздрібної торгівлі; товаровиробники сільськогосподарської продукції та продовольства; кіоски, палатки; лотки; торгові автомати; підприємства громадського харчування; пересувна торгівля і т.д. До торгово-розподільчих організацій віднесено товарні біржі; торгові дома; виставки; аукціони; дилерські, брокерські організації та фірми; споживчі спілки; торгово-промислові палати; продовольчі корпорації; постачальницько-збутові та споживчі кооперативи.

До другої групи входять організації з надання послуг – транспортно-експедиторські компанії; прокатні організації; спеціалізовані сервісні центри; організації, що надають в оренду нерухомість; склади; підприємства системи зв'язку; підприємства з надання транспортних послуг. До складу організацій з ресурсного забезпечення віднесено організації з трудового забезпечення (біржі праці, комітети із зайнятості населення; навчальні заклади у сфері професійної освіти; кадрові й рекрутингові агентства); фінансові організації (комерційні банки, страхові компанії, кредитні кооперативи). Дорожня система представлена всіма видами доріг. До організацій з матеріально-технічного забезпечення належать підприємства сфери постачання паливно-мастильними матеріалами; підприємства енерго- і газопостачання.

Третя група об'єднує інформаційні служби й аналітичні організації – це виставки, рекламні агентства, інформаційно-довідкові служби, логістичні та маркетингові центри. До складу контролюючих організацій входять податкові інспекції, інспекції по торгівлі, митні служби, юридичні організації, організації по захисту прав споживачів.

Збутова (логістична) інфраструктура агропродовольчого ринку – це комплекс підприємств торговельно-посередницької сфери діяльності, що забезпечують умови для оптимізації процесу руху сільськогосподарської продукції та продовольства з урахуванням інтересів учасників ринку [2, с. 147].

Чинниками формування збутової інфраструктури агропродовольчого ринку є: ринкові відносини та форми господарювання у сільському господарстві; поглиблення світової співпраці із зарубіжними країнами; інвестиції в будівництво підприємств інфраструктурного сектору, короткі терміни окупності фінансових вкладень; розвиток підприємницького сектору та комерційні відносини в аграрній економіці; створення умов для забезпечення продовольчої безпеки країни.

Нині в Україні система оптової та роздрібної торгівлі складається переважно із суб'єктів приватної власності. Розвиток їх інфраструктури в кращому випадку здійснюється на основі маркетингових досліджень та логістики, але частіше носить довільний характер із переважанням історично розміщених об'єктів інфраструктури. Проблемним залишається ефективне поєднання транспортної інфраструктури, сучасних енергоефективних складських та торгівельних площ із дотриманням санітарних норм і загального контролю безпеки сільськогосподарської продукції. Питання соціального аспекту розміщення об'єктів інфраструктури приватними суб'єктами практично не розглядається, це носить об'єктивний характер [3].

За даними регіонів, загальна площа складів зі зберігання овочів в Україні становить майже 729 тис. м² місткістю 552 тис. т, у т.ч. із холодильним обладнанням – 123,2 тис. тон. Потреба в додаткових складах становить 105,1 тис. м² місткістю 104,5 тис. т, у тому числі із холодильним обладнанням – 53,2 тис. тон. Зазначимо, що нині будується площа складів обсягом майже 31 тис. м² місткістю до 40 тис. т, у т.ч. з холодильним обладнанням – 24 тис. тонн переважно у АР Крим, Дніпропетровській, Донецькій, Житомирській, Закарпатській, Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Миколаївській, Рівненській, Тернопільській, Харківській, Херсонській, Черкаській та Чернігівській областях. Географічне розміщення овочесховищ в Україні представлено на рис. 1.

Аналіз ринку овочів в Україні свідчить про те, що нині діє система стихійного гуртового продажу овочів. Маркетинговий ланцюжок: «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач» перевантажений великою кількістю посередників, що значною мірою впливає на підвищення цін на овочеві культури. Зв'язки між виробником, оптовим і роздрібним покупцем нестабільні, мають безсистемний та епізодичний характер. Внаслідок цього доходи посередників перевищують доходи виробників майже у 1,5–2 рази. В Україні тільки розпочався період створення системи крупнооптової торгівлі, у тому числі через організовані оптові ринки.

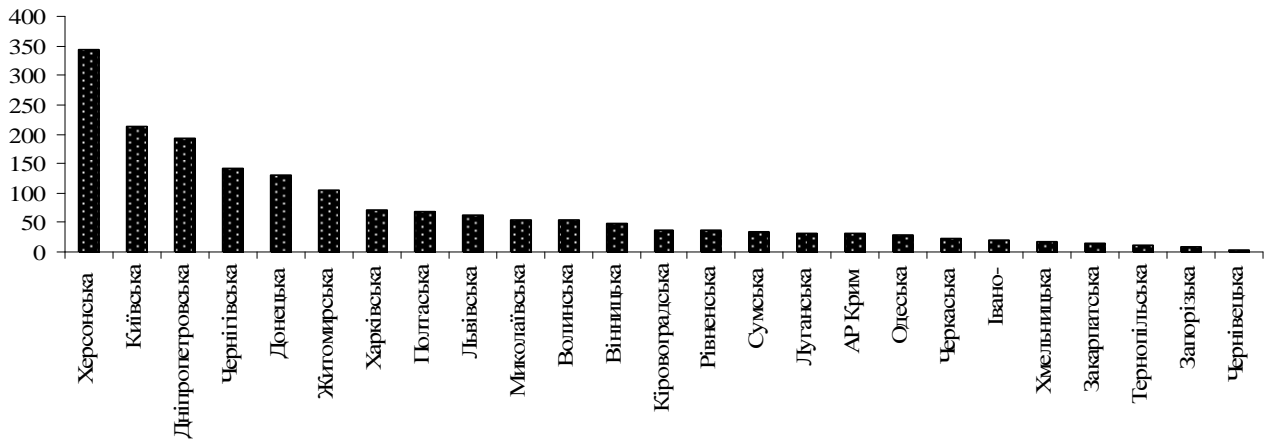


Рис. 1. Потужності овочесховищ в Україні, тис. т

Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України.

Велику частку обсягів закупівлі худоби та птиці від господарств населення крім представників переробних підприємств здійснюють комерційні посередники. Існуюча система заготівлі не дозволяє отримати високу ціну через відсутність повної інформації про рівень закупівельних цін в регіоні, про види державної підтримки, що поширюються також на господарства населення, які реалізують худобу на переробку. Тому господарства населення недоотримують велику частину коштів за реалізовану продукцію, а прибутки осідають у кишенях посередників.

Заготівля молока у господарствах населення здійснюється через заготівельні пункти, які досить розвинуті, але проблемним є наявність спеціального обладнання, зокрема холодильного та лабораторного. Також низьке поширення об'єднання господарств населення у кооперативи не дозволяє їм повною мірою захищати свої інтереси перед переробними підприємствами щодо установа рівня закупівельних цін та інших умов взаєморозрахунків.

Найбільш ефективним напрямом збуту сільськогосподарської продукції є реалізація сільській споживчій кооперації. Здійснення споживчої кооперацією функцій із збуту продукції і зокрема виробленої індивідуальними виробниками, органічно поєднується з потребами сільських жителів. На ринку сільськогосподарської сировини і продовольства споживча кооперація виступає і як посередник, і як споживач. Як посередники окремі підприємства, споживчі товариства, споживспілки об'єднують процеси виробництва та споживання, через заготівлі реалізується суспільний продукт, який створено в агроформуваннях, ОСГ, а також та продукція, яка створена природою, вторинна сировина.

Процес обміну суттєво впливає на виробництво, постійно взаємодіє з іншими елементами відтворення. Через заготівельну діяльність як посередник, який організує обмін, споживчі товариства, їх спілки органічно поєднані з виробництвом сільськогосподарської продукції й її споживанням. Здійснюючи збір інформації, яка необхідна для планування та спрощення обміну, встановлюючи контакти, стимулюючи збут, фінансуючи функціонування каналу реалізації продукції, приймаючи на себе ризик за товари, заготівлі безпосередньо впливають на стан всього аграрного сектору країни.

Заготівельні підприємства здійсненням процесу закупівлі та реалізації сільськогосподарської продукції сприяють вивільненню коштів, витрачених на її виробництво, а також реалізують новостворену вартість. Вони надають послуги агроформуванням, господарствам своїх пайовиків з доведенням їх продукції до торговельних і промислових підприємств. Одночасно вони надають послуги останнім із забезпечення їх сировиною та матеріалами для виробництва продукції. Праця робітників споживчої кооперації, які безпосередньо здійснюють процес купівлі – продажу сільськогосподарської продукції та сировини, не створює нової споживчої вартості, не збільшує її. Але ця праця забезпечує безпосередньо процес обміну. За допомогою цієї праці частина чистого доходу, який створюється у сфері матеріального виробництва, передається системі споживчої кооперації як плата виробникам сільськогосподарської продукції за послуги з її реалізації.

Крім того, окремі підприємства, споживчі товариства, споживспілки виконують в каналі реалізації сільськогосподарської продукції та сировини частину функцій з просування її до споживачів: товаропросування, зберігання, доопрацювання, комплектування відвантажувальних партій. Вони володіють потужною матеріально-технічною базою, яка характеризується узагальнюючими показниками складської площі та місткостей для зберігання продукції (табл. 1).

Наведені розрахунки дають підставу стверджувати, що при загальній тенденції зменшення складської площі підприємств оптової торгівлі, зокрема, у райспоживспілках, відбуваються позитивні зрушення у низовій ланці, а саме у споживтовариствах. Водночас розширюється площа спеціалізованих складів з торгівлі госптоварами, лісовими та будівельними матеріалами.

Таблиця 1

Показники наявності складської мережі у системі споживчої кооперації України, тис. м²

Типи складів	Наявність на			Відхилення (+,-) 2012 р. від	
	2010	2011	2012	2010	2011
Площа загально товарних складів	289,5	255,1	249,3	-40,2	-5,8
у тому числі:					
у райспоживспілках і райспоживтовариствах	117,8	105,5	97,2	-20,6	-8,3
у обласних і республіканських споживспілках	159,9	136,9	138,0	-21,9	1,1
у споживтовариствах (без районних)	11,8	12,7	14,1	2,3	1,4
Площа складів з торгівлі госптоварами, лісовими та будівельними матеріалами	23,5	23,4	24,4	0,9	1,0

Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України

Окрім того, в системі споживчої кооперації України створені значні обсяги місткостей для зберігання продовольства на підприємствах оптової торгівлі (табл. 2).

Таблиця 2

Показники наявності місткостей для зберігання продуктів харчування в системі споживчої кооперації України, тис. т

Типи сховищ	Наявність на			Відхилення (+,-) 2012 р. від	
	2010	2011	2012	2010	2011
Овочекартоплесховища	65,1	53,8	51,0	-14,1	-2,8
Фруктосховища	6,0	3,7	2,7	-3,3	-1,0
Склади - холодильники з машинним охолодженням	12,7	11,5	11,3	-1,4	-0,2
Стационарні холодильні камери у підприємствах торгівлі, громадського харчування	2,4	2,0	1,8	-0,6	-0,2

Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України

Дані таблиці 2 дозволяють зробити висновок щодо зменшення місткостей для зберігання, зокрема: місткостей овочекартоплесховищ, які за період аналізу скоротилися на 14,1 тис.т, або на 21,7%; фруктосховища на 3,3 тис.т, або на 55,0%.

Необхідність розвитку заготівельної діяльності споживчої кооперації зумовлена тим, що підприємства системи знаходяться в сільській місцевості тобто безпосередньо в місцях виробництва сільськогосподарської продукції, де значна частина пайовиків мають індивідуальні, або фермерські господарства, займаються збиранням дикорослої та лікарської сировини. Це створює можливість для поповнення товарних ресурсів системи за рахунок закупівлі цієї продукції, її переробки та виробництва товарів. Зростає частка сільськогосподарської продукції, яка закуплена споживчою кооперацією та використовується в самій системі й реалізується нею у роздрібній мережі. Тобто заготівлі є важливим джерелом сировини для власних переробних підприємств системи та джерелом поповнення товарних ресурсів власної торговельної мережі [4, с. 149].

Протягом останніх десяти років обсяги заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини істотно зменшились (табл. 3).

Таблиця 3

Заготівлі окремих видів сільськогосподарської продукції споживчою кооперацією України

Види продукції	Од. виміру	1998 р.	2006 р.	2012 р.	2012 р. у % до 1998 р.
М'ясо і м'ясопродукти	тис. т	41,7	23,8	18,6	44,6
Яйця	млн. шт.	30,5	51,0	35,4	116,1
Цукор	тис. т	10,8	6,3	4,2	38,9
Хлібопродукти	тис. т	146,1	99,5	65,4	44,8
Картопля	тис. т	51,4	16,3	11,4	22,2
Овочі	тис. т	34,2	24,0	16,1	47,1
Фрукти і ягоди	тис. т	18,5	27,0	17,8	96,2

Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України

Із таблиці 3 видно, що порівняно з 1998 р. знизилась обсяги заготівель більшості видів

сільгосппродукції. Найбільш різке зниження спостерігається по картоплі (на 77,8%) та м'ясопродуктах (на 55,4%). За останні 10 років заготівлі цукру, хлібопродуктів і овочів зменшилися наполовину. Динаміка структури реалізації по каналах збуту свідчить, що зменшується частка традиційних напрямків поставок заготівельним організаціям, водночас частка реалізації сільгосппродукції на ринках, через фірмову торгівлю, ресторанне господарство, населенню в рахунок оплати праці різко зросли по всіх її видах.

На сьогодні позиції споживчої кооперації в збуті продукції господарств населення не задовольняють пайовиків споживчих товариств. Споживчі товариства часто відмовляються приймати окремі види продукції від пайовиків з причини відсутності коштів, звуженням ринків збуту, встановлюють закупівельні ціни нижчі за ринкові, затримують виплату коштів за здану сировину. Для власників особистих господарств, фермерів, інших агроформувань споживча кооперація може бути вигідним партнером, якому вони віддають перевагу як посереднику.

Скорочення заготівель продукції викликане як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами: скороченням обсягів виробництва сільгосппродукції в усіх категоріях господарств та розширенням свободи товаровиробників щодо розпорядження виробленою продукцією; зменшенням обсягу й асортименту державного замовлення на сільгосппродукцію, зниженням її планових поставок за межі України; низькою платоспроможністю населення та підприємств; підвищенням рівня самозабезпечення населення продуктами харчування; гострою нестачею фінансових ресурсів; виникненням і загостренням конкуренції на ринку сільгосппродукції з боку комерційних структур, неорганізованих посередників; високим рівнем податків, недостатньою державною підтримкою споживчої кооперації у розв'язанні соціальних проблем села [5]. Негативний вплив цих об'єктивних обставин посилили суб'єктивні фактори: неоперативність, повільна переорієнтація системи на ринкові відносини; недостатня увага кооперативних організацій до розвитку заготівель, нерозуміння пріоритетності їх у господарській діяльності та непристосованість до роботи в нових умовах; переважання адміністративних методів управління; незнання кон'юнктури ринку, недостатня активність у пошуку та освоєнні нових ринків збуту закупленої продукції; нестача обігових коштів заготівельних підприємств для розрахунку зі здавальниками сільгосппродукції, зниження можливості використання банківських кредитів через високі відсоткові ставки; відсутність гнучкої системи заготівельних цін і виваженої асортиментної політики; невідповідність чисельності працівників обсягам діяльності, інертність кадрів, відсутність ефективної системи їх матеріального стимулювання; невідповідність матеріально-технічної бази заготівель структурі і розміщенню ресурсів сільгосппродукції; слабка переорієнтація заготівельних підприємств щодо соціальної структури заготівель; певна невідповідність організаційних структур заготівель споживчої кооперації сучасним вимогам; безгосподарність та марнотратство, послаблення контролю за використанням фінансових ресурсів. Як зазначає Т. В. Григорова, «...у кооперативній системі виник парадокс: із одного боку, вона історично та економічно схильна до розвитку та удосконалення заготівель, має для цього всі умови, з іншого – відсутність досвіду господарювання в конкурентному середовищі зумовило здачу нею позицій у цій сфері» [6, с. 146].

Вважаємо, що з метою стимулювання здавання продукції, заготівельниками доцільно застосувати такі економічні важелі, як зустрічний продаж товарів підвищеного попиту, комбікормів, засобів малої механізації, що повинно стати важливим інструментом відносин за угодами у споживчій кооперації із здавальниками продукції. Лише за такої умови угоди з особистими селянськими господарствами на здавання продукції можуть перетворитися у дійсно важливий засіб розвитку закупівель сільгосппродукції у споживчій кооперації.

Практика свідчить, що в споживчій кооперації України такі можливості системи використовуються дуже повільно. У низці коопзаготпромів подвірні обходи господарств індивідуальних виробників сільгосппродукції проводяться формально, а в угодах не передбачається надання допомоги господарствам, а виділені під закупівлю товари для зустрічного продажу та комбікорми часто витрачаються не за призначенням. Окрім того, через тотальний дефіцит, асортимент товарів для зустрічного продажу надто вузький. Відтак і потенційно потужний важіль залучення додаткових продовольчих ресурсів на внутрішній ринок України практично не спрацьовує [7, с. 161].

У зв'язку із цим одним з інструментів активізації заготівельної діяльності системи, на нашу думку, має стати удосконалення організації закупівель в особистих підсобних господарствах, які виступають основним джерелом товарних ресурсів для організацій системи. Основу взаємозв'язків кооперативних організацій із особистими селянськими господарствами складає гарантія реалізації виробленої населенням продукції при наданні організаціями сільської споживчої кооперації зустрічної підтримки власників у виробництві цієї продукції за рахунок ресурсів організацій споживчої кооперації. Реалізація таких взаємозв'язків повинна забезпечуватися договірними відносинами заготівельних організацій із власниками особистих підсобних господарств, які передбачають взаємну заінтересованість і взаємовигідність сторін. В укладеному між сторонами договорі слід відображати обсяги та види продукції, яка закуповується у населення за договірними цінами, а також види та обсяги ресурсів виділених у порядку взаєморозрахунків [8, с. 40].

Організація договірних відносин з населенням повинна мати адресний характер, тобто кооперативні організації повинні укладати договір із кожним конкретним власником особистого

підсобного господарства. Це дозволить організаціям більш точно визначитися із обсягами закупаваної сировини у населення та спланувати діяльність своїх переробних підприємств, а також попередньо визначити потребу в грошових коштах і продуктах переробки для здійснення взаєморозрахунків за сировину. Для населення забезпечення адресності договорів слугуватиме більш надійною гарантією збуту надлишків виробленої в особистих підсобних господарствах продукції за гроші або продукти на пільгових умовах.

Висновки з даного дослідження. Узагальнення результатів проведеного дослідження дало підстави зробити висновок про те, що розвиток оптової торгівлі продукцією, сировиною та продовольством на вітчизняному ринку в перспективі має передбачити структурну перебудову товароруку в напрямі формування організованих конкурентних каналів просування (розподілу) продукції від товаровиробників до кінцевих споживачів та освоєння нею нових прогресивних форм і механізмів торгівлі. Організована конкурентна система товароруку повинна сприяти скороченню ланцюгів і зниженню витрат обігу, підтримці стабільних ринкових цін, збереженню кількісних та якісних параметрів продукції та прискоренню часу її просування, можливості налагодженню податкового контролю над грошовими потоками та ін. Для цього у ланцюгу оптового збуту сільськогосподарської продукції має активізуватися роль товаровиробників.

Література

1. Молдаван Л.В. Організація сільськогосподарського ринку / Л.В. Молдаван // Науковий вісник Національного аграрного університету. – 2006. – Вип. 97. – С. 35-41.
2. Писаренко В.В. Особливості логістичних систем в сільському господарстві / В.В. Писаренко // Вісник ХНАУ. – 2012. – № 7. – С. 146–150.
3. Мороз О.Д. Методика оцінки передумов формування регіональних логістичних систем [Електронний ресурс] / О.Д. Мороз. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_36/Zmist/8PDF.pdf.
4. Проценко Н.М. Транспортна логістика у сільськогосподарських підприємствах: стан, проблеми / Н.М. Проценко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 6. – С. 146-151.
5. Міценко Н.Г. Шляхи реалізації соціальної відповідальності споживчої кооперації на сільських територіях [Електронний ресурс] / Н.Г. Міценко. – Режим доступу: <http://trade.donduet.edu.ua/download/2012/33/Micenko.pdf>
6. Григорова Т.В. Кооперація: условия возникновения, сущность, перспективы развития / Т.В. Григорова. – Новосибирск: Сиб. ун-т потреб. кооп., 2007. – 232 с.
7. Пивоваров М.Г. Модель взаємодії логістичних концепцій досягнення конкурентоспроможності підприємства / М.Г. Пивоваров, О.М. Шаповалов // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 4. – С. 157-162.
8. Косарева Т.В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність / Т.В. Косарева // Економіка АПК. – К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки". – 2008. – № 10. – С. 37-43.

References

1. Moldavan, L.V. (2006), "The organization of the agricultural market", *Naukovyi visnyk Natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, Iss. 97, pp. 35-41.
2. Pysarenko, V.V. (2012), "Peculiarities of logistics systems in the agriculture", *Visnyk KhNAU*, no. 7, pp. 146–150.
3. Moroz, O.D. (2010), "Methods of assessing the prerequisites of forming regional logistics systems", available at: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_36/Zmist/8PDF.pdf.
4. Protsenko, N.M. (2013), "Transport logistics in agricultural enterprises: state, problems", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchaieva. Ser.: Ekonomichni nauky*, no. 6, pp. 146-151.
5. Mitsenko, N.H. (2012), "Ways for implementation of social responsibility of consumer cooperation in rural areas", available at: <http://trade.donduet.edu.ua/download/2012/33/Micenko.pdf>
6. Grihorova, T.V. (2007), *Kooperatsiya: usloviya vozniknoveniya, sushchnost, perspektivy razvitiya* [Cooperation: conditions of occurrence, nature and prospects for development], Syb. un-t potreb. koop., Novosybyrsk, Russia, 232 p.
7. Pyvovarov, M.H., Shapovalov, O.M. (2009), "The model of interaction of logistic concepts for achieving the competitiveness of enterprises", *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 4, pp. 157-162.
8. Kosareva, T.V. (2008), "Agricultural logistics: the nature and multidimensionality", *Ekonomika APK*, no. 10, pp. 37-43.