

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ (ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ)

УДК 631.14

*Андрєєва Л.О., к.е.н., доцент,
cherkasova2408@mail.ru*

*Лисак О.І., к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет,
oksana_lysak@mail.ru*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** У статті здійснено об'єктивну економічну оцінку ефективності торговельної діяльності регіональних аграрних підприємств з акцентом на зерновій продукції. Виявлено основні тенденції щодо змін показників, які характеризують економічну ефективність торговельної діяльності та фактори впливу на них. Визначено негативну тенденцію щодо ефективності торговельної діяльності досліджуваних аграрних підприємств. Запропоновано займатися постійним аналізом чинників зовнішнього середовища прямого впливу на їх діяльність.*

***Ключові слова:** зернові культури, реалізація, економічна ефективність, рентабельність виробництва, рентабельність продажу, конкурентоспроможність*

JEL Code Classification: M21, Q13, Q18

*Andrieva Larysa O.,
Candidate of economic sciences, associate professor
cherkasova2408@mail.ru*

*Lysak Oksana I.,
Candidate of economic sciences, associate professor
Tavria State Agrotechnological University,
oksana_lysak@mail.ru*

EFFICIENCY OF COMMERCE ACTIVITIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Abstract.

***Setting the problem and the goal.** In today's dynamic conditions, the functioning of agrarian enterprises in the market space, where the determining factor for the formation of priority directions of development is solvent demand, the question of the effectiveness of their implementation activities is relevant. The productive indicators of the agribusiness enterprise's trade activity form the competitiveness of both the enterprise as a whole and of individual types of production, the production and sale of which it deals with. This led to the choice and relevance of the topic of this study with an emphasis on grain products, which is strategically important for our country.*

***Results.** The assessment of the competitiveness of the grain products of the enterprise, typical of the industry structure for agrarian enterprises in the region, showed that the company holds a worthy position in the regional market of grain products, but needs further improvement of its activities. The offered methods of research of a competitive position (matrix BKG, matrix McKinsey, benchmarking) are an effective way to assess the state of the company in the market and can be used by other enterprises.*

Consequently, on the basis of the above, one can conclude that there is a negative trend in the efficiency of trading activities of the agrarian enterprises under investigation, but the situation is not critical. For positive changes, enterprises need, first of all, to engage in constant analysis of factors of the environment direct impact on their

activities (consumers, competitors, suppliers, intermediaries, substitutes); to form a consumer type of activity, where the determining factor is solvent demand, and the main characteristics of the product is price, quality and appearance (the consulting parameters of the product - the main, in terms of the consumer).

All this will reduce the costs of production and sales of products, increase sales volumes, prices, sales proceeds, the mass of profits and, consequently, increase the indicators of levels of profitability of production and sales, which indicates an increase in the efficiency of trading activities of the enterprise and strengthening its competitive position.

Key words: *cereals, implementation, cost-effectiveness, profitability, return on sales, competitiveness.*

Постановка проблеми. В сучасних динамічних умовах функціонування аграрних підприємств в ринковому просторі, коли визначальним чинником для формування пріоритетних напрямів розвитку є платоспроможний попит, актуальним є питання ефективності їх реалізаційної діяльності. Результативні показники торговельної діяльності аграрного підприємства формують конкурентоспроможність як підприємства в цілому, так і окремих видів продукції, виробництвом та реалізацією яких воно займається. Це й зумовило вибір та актуальність теми даного дослідження з акцентом на зерновій продукції, яка є стратегічно важливою для нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ефективності виробничої та торговельної діяльності вітчизняних аграрних підприємств досліджувались протягом багатьох десятиріч. Основні результати досліджень висвітлені в наукових працях таких провідних вчених в галузі аграрного виробництва, як Андрійчук В.Г. [1], Боднар О.В. [2], Бойко В.І. [3], Кваша С.М. [4], Пасхавер Б.Й. [6], Шпикуляк О.Г. [7], Шпичак О.М. [8]. Але чинники зовнішнього середовища, які постійно змінюються, викликають потребу у постійному переосмисленні цього процесу з метою зміцнення конкурентної позиції аграрних підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою статті є економічний аналіз показників ефективності реалізації зернової продукції;

визначення конкурентної позиції зерна на прикладі окремого підприємства, типового за галузевою структурою для аграрних підприємств регіону та обґрунтування рекомендацій щодо підвищення економічної ефективності торговельної діяльності аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Економічний аналіз виконує найважливіші функції в системі управління, має важливе значення у процесі виявлення резервів покращення результативних показників та підвищення економічної ефективності торговельної діяльності аграрного підприємства. Від того, наскільки глибоко і всебічно виконано аналіз показників, що формують кінцеві результати діяльності, залежить оцінка використання наявних можливостей підприємства, повнота та реальність виявлених резервів і, як результат цього – подальше збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, зниження її собівартості, зростання розміру прибутку, рівня рентабельності виробництва та продажу.

На першому етапі аналізу показників, що формують економічну ефективність торговельної діяльності аграрних підприємств, пропонуємо розглянути повну собівартість продукції. Динаміка середніх показників повної собівартості, ціни та прибутку від реалізації 1 ц основних видів зернової продукції аграрних підприємств Мелітопольського району Запорізької області представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка показників повної собівартості, ціни та прибутку від реалізації зернової продукції, грн./ц

| Культура | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Темп росту, % |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------|
| Повна собівартість | | | | | | |
| Пшениця озима | 88,57 | 132,91 | 130,73 | 142,83 | 176,52 | у 2 р. |
| Ячмінь озимий | 99,06 | 112,18 | 132,02 | 151,83 | 229,57 | у 2,3 р. |
| Ячмінь ярий | 101,86 | 110,48 | 128,49 | 143,06 | 189,07 | у 1,9 р. |
| В цілому зернові культури | 90,08 | 126,99 | 130,68 | 143,51 | 185,29 | у 2,1 р. |
| Ціна реалізації | | | | | | |
| Пшениця озима | 134,35 | 162,80 | 134,88 | 188,89 | 251,41 | у 1,9 р. |
| Ячмінь озимий | 113,91 | 123,65 | 134,98 | 158,58 | 247,98 | у 2,2 р. |
| Ячмінь ярий | 148,17 | 146,43 | 143,46 | 180,90 | 238,87 | у 1,6 р. |
| В цілому зернові культури | 153,38 | 158,49 | 135,53 | 186,47 | 250,05 | у 1,6 р. |
| Прибуток | | | | | | |
| Пшениця озима | 45,78 | 29,89 | 4,15 | 46,06 | 74,89 | у 1,6 р. |
| Ячмінь озимий | 14,85 | 11,47 | 2,96 | 6,75 | 18,41 | 123,97 |
| Ячмінь ярий | 46,31 | 35,95 | 14,97 | 37,84 | 49,8 | 107,54 |
| В цілому зернові культури | 63,3 | 31,5 | 4,85 | 42,96 | 64,76 | 102,31 |

Джерело: розраховано авторами за даними статистичної звітності підприємств

Аналіз даних таблиці 1 свідчить, що на протязі 5-ти років в аграрних підприємствах Мелітопольського району Запорізької області повна собівартість 1 ц зросла за всіма основним видами зернової продукції: за ячменем озимим – у 2,3 рази, пшеницею озимою – у 2 рази, ячменем ярим – у 1,9 разів. Загалом за зерновими повна собівартість 1 ц зросла у 2,1 рази.

Спостерігається зростання середньої ціни реалізації 1 ц за всіма видами зернової продукції: ячменю озимого у 2,2 рази, пшениці озимої у 1,9 рази, ячменю ярого у

1,6 рази. Середня ціна реалізації 1 ц зернової продукції збільшилась у 1,6 разів.

За всіма представленими видами зернової продукції зростає величина прибутку з 1 ц: за пшеницею озимою – на 64%, за ячменем озимим – на 24%, за ячменем ярим – майже на 8%. В цілому за зерновими культурами спостерігається збільшення величини прибутку з 1 ц на 2,3%.

Нами проаналізовано показники рівнів товарності, рентабельності виробництва та продажу зернової продукції (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка показників рівнів товарності, рентабельності виробництва та продажу, %

| Культура | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Відхилення +/-, пунктів |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------------------|
| Рівень товарності | | | | | | |
| Пшениця озима | 103,09 | 122,01 | 80,94 | 84,88 | 59,81 | -43,28 |
| Ячмінь озимий | 85,70 | 92,58 | 100,00 | 82,09 | 107,69 | 21,99 |
| Ячмінь ярий | 71,82 | 146,62 | 92,11 | 60,63 | 91,13 | 19,31 |
| В цілому зернові культури | 99,35 | 127,67 | 83,15 | 84,04 | 65,70 | -33,65 |
| Рівень рентабельності виробництва | | | | | | |
| Пшениця озима | 51,68 | 22,49 | 3,17 | 32,25 | 42,43 | -9,25 |
| Ячмінь озимий | 15,00 | 9,82 | 2,24 | 4,45 | 8,02 | -6,98 |
| Ячмінь ярий | 45,46 | 32,53 | 11,71 | 26,46 | 26,34 | -19,13 |
| В цілому зернові культури | 47,99 | 24,90 | 3,71 | 29,94 | 34,95 | -13,04 |
| Рівень рентабельності продажу | | | | | | |
| Пшениця озима | 34,08 | 18,36 | 3,08 | 24,38 | 29,79 | -4,29 |
| Ячмінь озимий | 13,04 | 9,28 | 2,19 | 4,26 | 7,42 | -5,61 |
| Ячмінь ярий | 31,25 | 24,55 | 10,43 | 20,92 | 20,85 | -10,41 |
| Зернові культури | 41,27 | 19,88 | 3,58 | 23,04 | 25,90 | -15,37 |

Джерело: розраховано авторами за даними статистичної звітності підприємств

Одержані дані свідчать, що на протязі 2011-2015 рр. спостерігається зростання рівня товарності за такими культурами: ячмінь озимий – на 22 пункти, ячмінь ярий – на 19 пунктів. За пшеницею озимою рівень товарності зменшився на 43 пункти. Загалом за зерновими рівень товарності зменшився майже на 34 пункти.

Рівень рентабельності виробництва зменшився: за ячменем ярим – на 19 пунктів, за пшеницею озимою – на 9 пунктів, за ячменем озимим – майже на 7 пунктів. В цілому за зерновими культурами рівень рентабельності виробництва знизився на 13 пунктів. Показники рівня рентабельності продажу також знижуються за всіма видами продукції: за ячменем ярим – на 10 пунктів, за пшеницею озимою – на 4 пункти, за ячменем озимим – приблизно на 6 пунктів. В цілому за зерновими культурами рівень рентабельності продажу знизив-

ся на 15 пунктів.

Функціонуючи в мінливому ринковому просторі аграрні підприємства повинні постійно аналізувати свою діяльність на відповідність її ринковим вимогам, тому що визначальною характеристикою, яка формує ефективну діяльність будь-якого підприємства, є конкурентоспроможність.

Пропонуємо до уваги результати оцінки конкурентоспроможності зернової продукції підприємства, типового за галузевою структурою для аграрних підприємств регіону – ТОВ «Агро-Вільне» Мелітопольського району Запорізької області. Для порівняння показників конкурентоспроможності та оцінки позиції підприємства було обрано підприємства району, які також займаються виробництвом та реалізацією зернової продукції та є основними конкурентами ТОВ «Агро-Вільне», а саме: ТОВ «Агрофірма Україна» та СБК «Дружба».

Показники конкурентоспроможності зернової продукції за 2015 рік представлено в таблиці 3.

Таблиця 3

Порівняльна характеристика показників конкурентоспроможності виробництва та реалізації зернових культур в 2015 році

| Показники | ТОВ «Агро-Вільне» | ТОВ «Агрофірма Україна» | СБК «Дружба» |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------|
| Урожайність, ц/га | 39,51 | 22,45 | 34,70 |
| Ціна, грн. | 254,05 | 232,87 | 239,13 |
| Виробнича собівартість 1 ц, рн. | 159,78 | 197,36 | 184,21 |
| Повна собівартість 1 ц, грн. | 196,92 | 226,53 | 208,29 |
| Прибуток з 1 га, грн. | 1681,12 | 93,62 | 564,40 |
| Прибуток з 1 ц, грн. | 57,13 | 6,34 | 30,84 |
| Рівень рентабельності виробництва, % | 29,01 | 2,80 | 14,81 |
| Рівень рентабельності продажу, % | 22,49 | 2,72 | 12,90 |

Джерело: розраховано авторами за даними звітності підприємства

Аналіз даних таблиці 3 свідчить, що за всіма показниками конкурентоспроможності виробництва та реалізації зернових культур ТОВ «Агро-Вільне» має значні переваги. ТОВ «Агро-Вільне» має більш високу урожайність та ціну, меншу виробничу та повну собівартість одиниці продукції, що, у свою чергу, впливає на одержання більшого прибутку з 1 центнера та з 1 гектару, та більші значення показників рівнів рентабельності виробництва та продажу.

На сьогодні розроблено ряд аналітичних методів та моделей, які можуть бути корисними при прийнятті стратегічних рішень. Одним із найбільш поширених інструментів вибору позиції фірми у конкуренції є портфельний аналіз.

Для проведення портфельного аналізу ринку зернових культур нами було використання матрицю Бостонської консалтингової групи. Досвід використання матриці БКГ показав, що вона корисна при визначенні стратегічних позицій фірми, а також при розподілі стратегічних ресурсів на найближчу перспективу. Однак необхідно зазначити, що перш ніж використовувати для аналізу матрицю БКГ, важливо переконатись у тому, що зростання обсягу реалізованої продукції може бути надійним показником перспектив розвитку, а відносно позицію фірми в конкурентній боротьбі можна визначити за її часткою на ринку. Характеристика портфелю пропозиції ТОВ «Агро-Вільне» наведена в таблиці 4.

Таблиця 4

Характеристика портфелю пропозиції ТОВ «Агро-Вільне»

| Види продукції | Обсяг реалізації, тис. грн. | | | | | Частка ринку по району, % |
|------------------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | |
| Пшениця озима | 4616,1 | 4069,7 | 2382,1 | 5253,6 | 6362,0 | 25 |
| Ячмінь озимий | 375 | - | 264,3 | 364,1 | 1197,5 | 15 |
| Ячмінь ярий | 279 | 1313 | 226,1 | 104,2 | 522,4 | 8 |
| В цілому зернові | 5270,1 | 5382,7 | 2872,5 | 5721,9 | 8081,9 | 30 |

Джерело: розраховано авторами за даними звітності підприємства

На підставі наведених даних сформуємо стратегію підприємства щодо зернових культур за допомогою матриці БКГ. Вихідні

дані для побудови матриці БКГ за зерновими культурами наведено в таблиці 5.

Таблиця 5

Вихідні дані для побудови матриці БКГ

| Показник продукції | Пшениця озима | Ячмінь озимий | Ячмінь ярий |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| Темп росту ринку, % | 137,82 | 319,33 | 187,24 |
| Відносна частка ринку | 1,25 | 0,88 | 0,67 |
| Частка продукції в загальному обсязі реалізації підприємства, % | 78,72 | 14,82 | 6,46 |

Джерело: власні розрахунки авторів

На основі побудованих даних проаналі-

зуємо кожен з видів продукції.

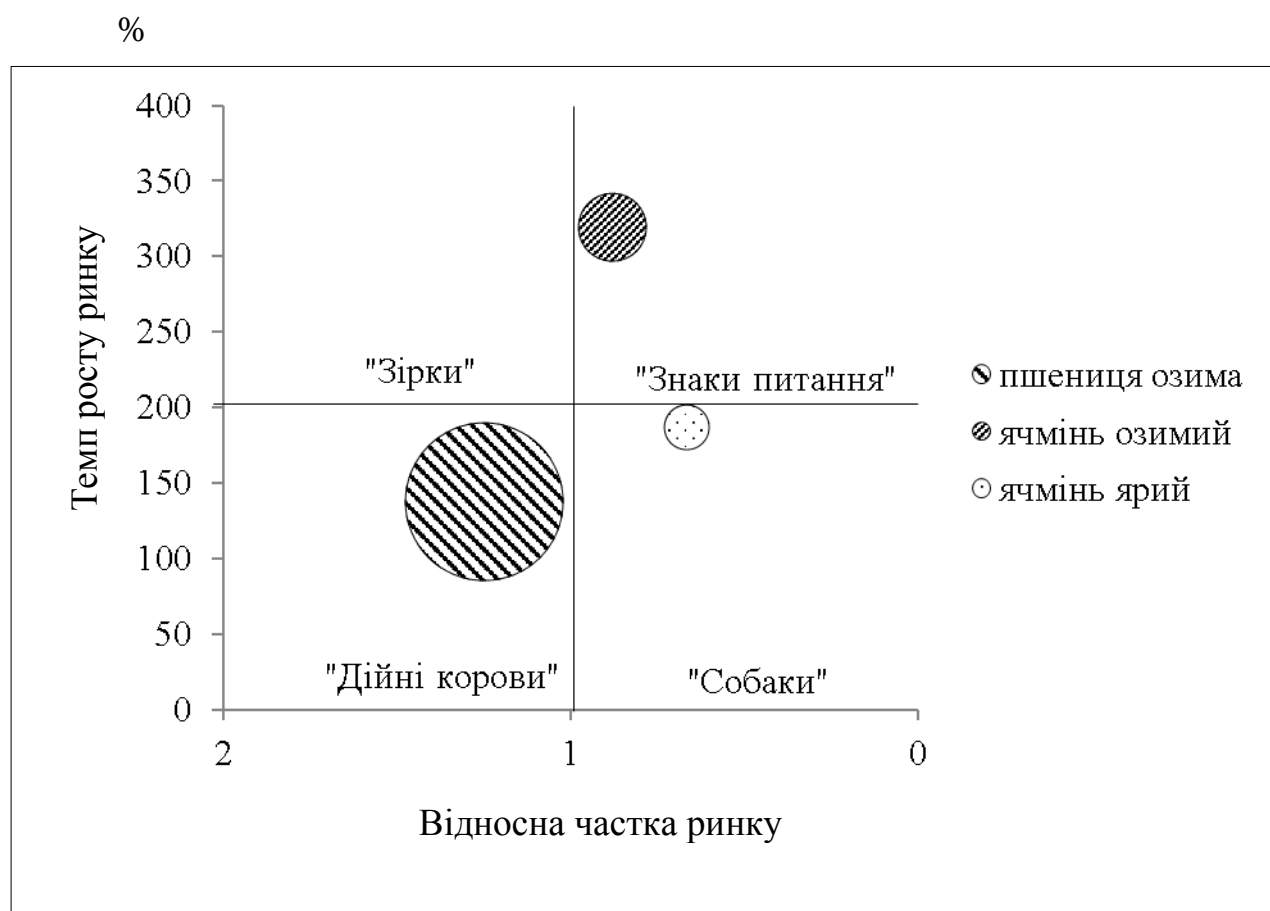


Рис. 1. Модель БКГ

Джерело: власні узагальнення авторів

Пшениця озима, яка має найбільшу частку в структурі обсягу реалізації, займає квадрат «Дійні корови», що свідчить про активну реалізацію на ринку зернових та значні прибутки.

Ячмінь озимий – товар, який знаходиться у квадраті «Знаки питання», що свід-

чить про незначні прибутки від реалізації продукції даного виду, але при значних інвестиціях ця культура може переміститися в область «Зірки», що даватиме значний дохід.

Ячмінь ярий – культура, яка розташовується в квадраті «Собаки», що свідчить про

низький обсяг реалізації продукції та низьку ринкову частку. Реалізація ячменю ярого дає підприємству незначні прибутки. Тому, підприємству рекомендується скоротити випуск цієї продукції або взагалі її не вирощувати та спрямувати кошти на розвиток більш перспективних культур.

На відміну від двофакторної матриці БКГ, матриця McKinsey є її більш детальним варіантом і багатофакторною матрицею. Використаємо матрицю McKinsey для оцінки привабливості ринку зерна для ТОВ «Агро-Вільне».

Таблиця 6

Структура оцінки привабливості ринку зернової продукції

| Критерії (чинники) | Відносна вага | Оцінка привабливості | Індекс привабливості |
|-------------------------------------|---------------|----------------------|----------------------|
| Місткість ринку | 0,3 | 4 | 1,2 |
| Темп зростання ринку | 0,3 | 4 | 1,2 |
| Прибутковість ринку | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Чутливість до інфляції | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Галузева рентабельність | 0,2 | 5 | 1 |
| Оцінка привабливості ринку (галузі) | | | 4 |

Джерело: власні розрахунки авторів

Оцінка конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Агро-Вільне» наведена в

таблиці 7.

Таблиця 7

Оцінка конкурентоспроможності підприємства

| Фактор успіху | Відносна вага | Оцінка привабливості | Індекс конкурентоспроможності |
|--------------------------------------------|---------------|----------------------|-------------------------------|
| Якість товару | 0,3 | 4 | 1,2 |
| Абсолютна ринкова частка | 0,1 | 3 | 0,3 |
| Відносна ринкова частка | 0,2 | 3 | 0,6 |
| Привабливість асортименту | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Соціальне середовище | 0,2 | 3 | 0,6 |
| Оцінка конкурентоспроможності підприємства | | | 3,5 |

Джерело: власні розрахунки авторів

На підставі проведених розрахунків побудовано матрицю McKinsey «привабливість – конкурентоспроможність».

На основі побудованої матриці McKinsey стратегічного розвитку підприємства (рис. 2) видно, що ТОВ «Агро-Вільне» потрапляє в квадрат «Стратегії захисту позиції». Це свідчить про високу

привабливість галузі та високу конкурентоспроможність підприємства. Виходячи з цього, підприємство ТОВ «Агро-Вільне» є лідером на ринку зернової продукції. Загрозою для даного підприємства є тільки посилення своїх позицій підприємствами-конкурентами.

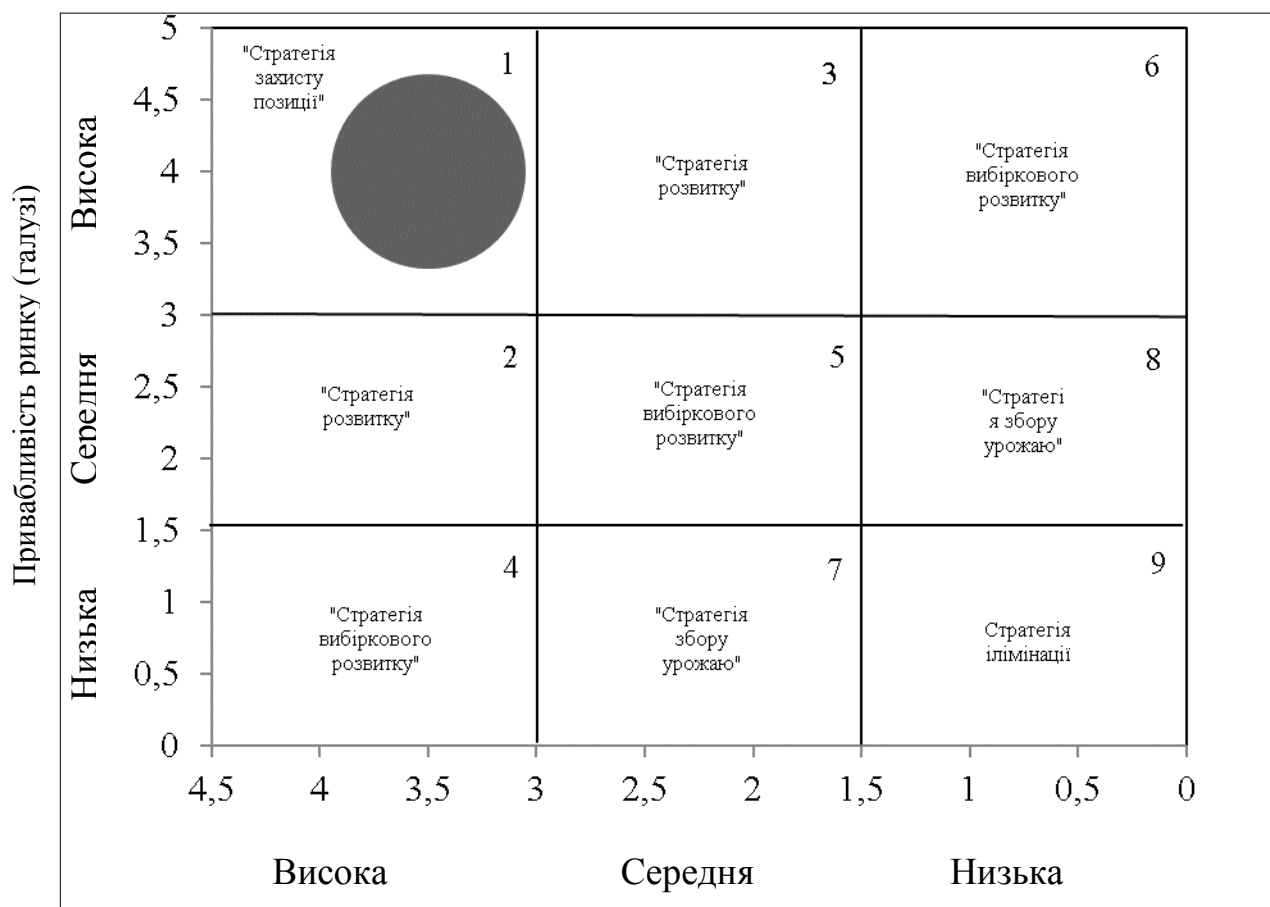


Рис. 2. Матриця McKinsey «привабливість – конкурентоспроможність» (зернові культури)

Джерело: власні узагальнення автора

Позиція в квадраті «Стратегії захисту позиції» є найбільш багатообіцяючою з точки зору майбутніх доходів від інвестицій. Необхідно працювати на цьому ринку, вкладати значні інвестиції у розвиток даного ринку, розширювати виробництво продукції, концентрувати увагу на підтриманні конкурентних переваг.

Бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічному плануванню, у якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Мета бенчмаркінгу – підвищення ефективності власної діяльності та завоювання переваг у конкурентній боротьбі. Для проведення аналізу методом бенчмаркінгу, нами відібрано ТОВ «Агрофірма Україна» та СБК «Дружба» (табл.8).

Профіль бенчмаркінгу представлено на рисунку 3.

На основі проведеного аналізу бенчмар-

кінгу бачимо, що найкращі позиції на ринку зернової продукції має ТОВ «Агро-Вільне», друге місце займає СБК «Дружба», а третім є ТОВ «Агрофірма Україна».

Висновки. На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Щодо показників ефективності торговельної діяльності аграрних підприємств Мелітопольського району Запорізької області, то на протязі досліджуваного періоду спостерігається зростання повної собівартості 1ц зернової продукції у 2 рази. Це пояснюється зростанням майже всіх статей витрат, з яких формується даний вид собівартості. Серед прямих матеріальних витрат значно зросли витрати на посадковий матеріал та мінеральні добрива, прямі витрати на заробітну плату. Також зросли маркетингові та транспортні витрати.

Таблиця 8

Вихідні дані для бенчмаркінгу

| Фактори | ТОВ «Агро-Вільне» | ТОВ «Агрофірма Україна» | СБК «Дружба» |
|--------------------------|-------------------|-------------------------|--------------|
| Частка ринку | 6 | 5 | 5 |
| Кваліфікація персоналу | 8 | 7 | 7 |
| Технологічні переваги | 8 | 7 | 7 |
| Маркетингові переваги | 7 | 6 | 6 |
| Цінові переваги | 7 | 5 | 6 |
| Фінансова сила | 8 | 6 | 7 |
| Якість продукції | 8 | 7 | 7 |
| Рентабельність продукції | 8 | 4 | 6 |
| Загальна оцінка | 60 | 47 | 51 |
| Середній бал | 7,5 | 5,9 | 6,4 |

Джерело: власні узагальнення авторів

Обсяг реалізації зернової продукції в цілому по району зменшився майже на 34%. Це відбулось за рахунок зменшення обсягу реалізації озимої пшениці (на 43%). Слід зазначити, що в деяких роках рівень

товарності перебільшує 100%. Це свідчить про те, що підприємства реалізовували більше, ніж виробляли в аналізовані періоди, тобто реалізовували залишки готової продукції попередніх років.

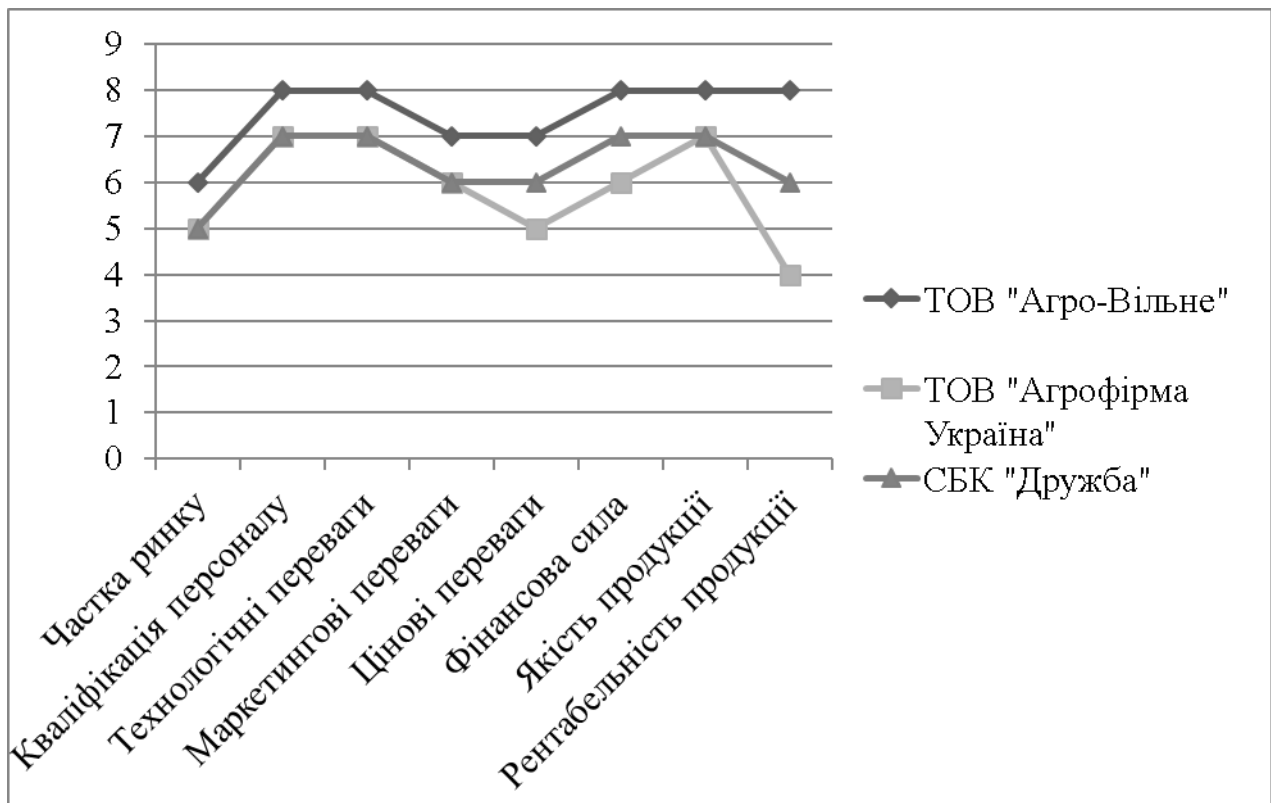


Рис. 3. Профіль бенчмаркінгу (зернові культури)

Джерело: власні узагальнення автора

За рахунок значно швидшого зростання реалізаційних цін на зернову продукцію, ніж зростання повної собівартості одного

центнера, спостерігається збільшення розміру прибутку з 1 ц. Однак, незважаючи на це, основні показники ефективності діяль-

ності підприємства – рівні рентабельності виробництва та продажу – знижуються в цілому за зерновими на 13 та 15 пунктів відповідно. Тобто, підприємства стали отримувати прибутку з кожної гривні повної собівартості реалізованої продукції менше на 13 копійок та на 15 копійок прибутку з кожної гривні отриманої виручки від реалізації зернової продукції. Це пояснюється тим, що темпи зростання прибутку є значно меншими, ніж темпи зростання повної собівартості реалізованої продукції та виручки від реалізації відповідно.

Оцінка конкурентоспроможності зернової продукції підприємства, типового за галузевою структурою для аграрних підприємств регіону, показала, що підприємство займає достойну позицію на регіональному ринку зернової продукції, але потребує подальшого удосконалення своєї діяльності. Запропоновані методи дослідження конкурентної позиції (матриця БКГ, матриця McKinsey, бенчмаркінг) є дієвим способом оцінки стану підприємства на ринку і можуть бути використані іншими підприємствами.

Отже, на підставі зазначеного можна зробити висновок щодо негативної тенденції ефективності торговельної діяльності досліджуваних аграрних підприємств, але ситуація не є критичною. Для позитивних змін підприємствам необхідно, в першу чергу, займатися постійним аналізом чинників зовнішнього середовища прямого впливу на їх діяльність (споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, товари-замінники); формувати споживацький тип діяльності, де визначальним чинником є платоспроможний попит, а основними характеристиками продукції є ціна, якість та зовнішній вигляд (консументні параметри товару – основні, з точки зору споживача).

Все це дозволить знизити витрати на виробництво та реалізацію продукції, збільшити обсяги реалізації продукції, ціну, виручку від реалізації, масу прибутку і, як наслідок, підвищити показники рівнів рентабельності виробництва та продажу, що свідчить про підвищення ефективності торговельної діяльності підприємства та зміцнення його конкурентної позиції.

Список літератури:

1. Андрійчук В.Г. Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромислових компаній / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. - 2014. - №2. - С. 5-21.
2. Боднар О.В. Особливості ціноутворення у зернопродуктовому підкомплексі України / О.В. Боднар // Економіка ринкових відносин. - 2013. - № 11. - С. 127-133.
3. Економіка виробництва зерна (з основами організації і технології виробництва) : моногр. / [Бойко В.І., Лебідь Є.М., Рибка В.С. та ін.]; за ред. В. І. Бойка. - К.: ННЦ ІАЕ, 2008. - 400 с.
4. Кваша С.М. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні / С.М. Кваша, М.М. Ільчук, І.А. Коновал // Економіка АПК. - 2013. - №3. - С. 16-24.
5. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року ; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка / Нац. акад. аграр. наук України, Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки». - К. : ННЦ ІАЕ, 2012. - 182 с.
6. Пасхавер Б.Й. Тенденції та проблеми національного продовольчого споживання / Б.Й. Пасхавер // Економіка АПК. - 2014. - № 10. - С. 5-13.
7. Шпикуляк О.Г. Ефективність виробництва зерна сільськогосподарськими підприємствами: теоретико-методологічний аспект / О.Г. Шпикуляк, О.А. Материнська, Г.Ф. Мазур // Економіка АПК. - 2014. - № 12. - С. 42.
8. Шпичак О.М. Оптимізація ринку зерна України та її результативність / О.М. Шпичак, О.В. Боднар. - Режим доступу: <http://memjournal.agrex.gov.ua/optimizatsiya-rinku-zerna-ukrayini-ta-yiyi/>.
9. Agricultural Outlook 2015-2024 / OECD-FAO, 2015. - Режим доступу: <http://www.fao.org/3/a-i4738e.pdf>.
10. Grain Market Report / International Grain Council, 2015. - Режим доступу: <http://www.igc.int/en/downloads/gmrsummary/gmrsumme.pdf>.
11. Grain : World Markets and Trade / USDA, 2015. - Режим доступу: <http://www.fas.usda.gov/data/grain-world-markets-and-trade>.
12. John Baffes. Understanding El-Nino: What does it mean for commodity markets? / John Baffes // Commodity Markets Outlook. - The World Bank Group. - October 2015. - Pp. 5-10. - Режим доступу: <http://pubdocs.worldbank.org/pubdocs/publicdoc/2015/10/916451445285454750/CMO-Oct-2015-Feature-El-Nino.pdf>.

References:

1. Andriichuk, V.H. (2014) Problemni aspekty rehulivannia funktsionuvannia ahropromyslovykh kompanii. *Ekonomika APK*, №2, P. 5-21 [in Ukrainian].

2. Bodnar, O.V. (2013) Osoblyvosti tsinoutvorennia u zernoproduktovomu pidkompleksi Ukrainy. *Ekonomika rynkovykh vidnosyn.* № 11, P. 127-133 [in Ukrainian].
3. Boiko V.I., Lebid Ye.M., Rybka V.S. ta in. (2008) Ekonomika vyrobnytstva zerna (z osnovamy orhanizatsii i tekhnolohii vyrobnytstva): monohr. [za red. V. I. Boika]. K.: NNTs IAE, 400 p [in Ukrainian].
4. S.M. Kvasha, M.M. Ilchuk, I.A. Konoval (2013) Ekonomichne obgruntuvannia prohramy vyrobnytstva zerna pshenytsi v Ukraini. *Ekonomika APK*, №3, P. 16-24 [in Ukrainian].
5. Yu.O. Lupenko, V.Ia. Mesel-Veseliak (2012) Stratehichni napriamy rozvytku silskoho hospodarstva Ukrainy na period do 2020 roku. *Nats. akad. ahrar. nauk Ukrainy, Nats. nauk. tsentr «In-t ahrar. ekonomiky».* K. : NNTs IAE, 182 p. [in Ukrainian].
6. Paskhaver, B.I. (2014) Tendentsii ta problemy natsionalnoho prodovolchoho spozhyvannia. *Ekonomika APK*, № 10, P. 5-13 [in Ukrainian].
7. O.H. Shpykuliak, O.A. Materynska, H.F. Mazur (2014). Efektyvnist vyrobnytstva zerna silskohospodarskymy pidpriemstvamy: teoretyko-metodolohichni aspekt. *Ekonomika APK*, № 12, P. 42 [in Ukrainian].
8. O.M. Shpychak, O.V. Bodnar Optimizatsiia rynku zerna Ukrainy ta yii rezultatyvnist [Online]. Retrieved from: <http://memjournal.agrex.gov.ua/optimizatsiya-rynku-zerna-ukrayini-ta-yiyi/> [in Ukrainian].
9. Agricultural Outlook 2015-2024 / OECD-FAO, 2015. - Rezhym dostupu: <http://www.fao.org/3/a-i4738e.pdf>. [in English].
10. Grain Market Report (2015). International Grain Council [Online]. Retrieved from: <http://www.igc.int/en/downloads/gmrsummary/gmrsumme.pdf>. [in English].
11. Grain : World Markets and Trade (2015). USDA [Online]. Retrieved from: <http://www.fas.usda.gov/data/grain-world-markets-and-trade>. [in English].
12. Baffes, John. (2015) Understanding El-Nino: What does it mean for commodity markets? *Commodity Markets Outlook.* - *The World Bank Group*, October 2015, Pp. 5-10. [Online]. Retrieved from: <http://pubdocs.worldbank.org/pubdocs/publicdoc/2015/10/916451445285454750/CMO-Oct-2015-Feature-El-Nino.pdf>. [in English].