

Крім того, за час виконання вищезазначеної бюджетної програми підтверджені ревізорами суми наданих дотацій свідчать про зміни у ставленні сільгоспідприємств до надання фактичних даних щодо отримання державної підтримки.

На нашу думку, якщо державна підтримка в агропромисловому комплексі буде супроводжуватись попереднім контролем то аграрії зможуть не тільки нагодувати вітчизняного споживача, а й вийти на іноземні ринки, де гідно представлятимуть нашу хлібосольну Україну серед інших країн-учасниць Світової Організації Торгівлі.

#### Література

1. Закон України від 20.12.2005 №3235-IV «Про Державний бюджет на 2006 рік» [Електронний ресурс] – www.rada.gov.ua.
2. Закон України від 19.12.2006 №489-V «Про Державний бюджет на 2007 рік» [Електронний ресурс] – www.rada.gov.ua.
3. Закон України від 28.12.2007 №107-17 «Про Державний бюджет на 2008 рік» [Електронний ресурс] – www.rada.gov.ua.
4. Германчук П.К., Стефанюк І.Б., Рубан Н.І., Александров В.Г., Назарчук О.І. Державний фінансовий контроль: ревізія

та аудит. – К.: НВП “АВТ”, 2004. – 424 с.

5. Гончаров В.Н., Бондарчук А.В. Перспективы аграрного сектора экономики при вступлении Украины в ВТО // Сборник научных трудов Луганского НАУ. Серия Экономические науки / Под ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: ”Элтон-2”, 2008. – № 85. – С. 63-68.
6. Діхтярьов В.М., Максименко В.О. Державні інвестиції в аграрний сектор економіки: реалії та перспективи // Фінансовий контроль. – 2006. – № 6. – С. 32-34.
7. Стефанюк І.Б., Діхтярьов В.М. Чому французьке село процвітає? // Фінансовий контроль. – 2008. – № 2. – С. 52-57.
8. Кляяненко Б.Т., Германенко А.Н. Основные направления государственной поддержки АПК Украины // О роли государства в возрождении экономических интересов работников АПК в условиях вступления Украины в ВТО / Материалы межрегионального собрания участников Всеукраинской конференции ученых экономистов – аграрников в городе Луганске 24 января 2008 г. – Луганск: «Элтон-2», 2008. – С. 133-140.

Поступила до редакції 10.12.08

© В.М. Гончаров, І.Є. Євсюкова, 2008

УДК 330.835.009.12

В.М. Лисюк\*

### ІНФРАСТРУКТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Стаття містить результати досліджень, що присвячені сучасному стану, проблемам і шляхам розвитку інфраструктурного сектору українського ринку сільськогосподарської продукції.*

*Стаття содержить результати досліджень, присвячених сучасному стану, проблемам і шляхам розвитку інфраструктурного сектору українського ринку сільськогосподарської продукції.*

**Постановка проблеми.** Ринкові перетворення в аграрному секторі економіки України, що супроводжувалися заміною системи державного розподілу сільськогосподарської продукції новою ринковою інфраструктурою, призвели до утворення різноманітних форм власності та агробізнесових структур. Однак ефективність діяльності сільськогосподарських

підприємств залишилася вкрай низькою, а сільське господарство як галузь із тривалим періодом обігу капіталу, високими природними та цінними ризиками є інвестиційно непривабливою. На сільське господарство припадає лише 4-5% питомої ваги інвестицій в основний капітал, хоча його частка у ВВП щорічно становить 12-14% [1]. Першопричину численних

\* Лисюк В.М. заст. зав. відділу Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, канд. екон. наук, доцент, м. Одеса.

фінансових проблем сільськогосподарських товаровиробників, на наш погляд, слід шукати в існуючих системах збуту аграрної продукції, які з ліквідацією в Україні державних контрактів на продаж аграрної продукції, стали неспроможними забезпечити прийнятний рівень доходності сільгоспвиробництва та ефективне фінансування аграрного ринку. Практика свідчить, що через відсутність дієвих систем маркетингу більшість сільгоспвиробників реалізує свою продукцію одразу після збирання, тобто у період цінового мінімуму. В основному сільгосппродукцію продають безпосередньо з поля і складів комерційним посередникам, які контролюють значні потоки сільськогосподарських товарів. При цьому через відсутність необхідної інфраструктури агровиробники не можуть відкласти продаж своєї продукції на період цінового зростання. Відповідно, основні фінансові проблеми аграрного сектора пов'язані зі сферою реалізації, адже спрямування основних товарних потоків у неорганізовані, непрозорі канали продажів призводить до значних фінансових втрат (за нашими даними, 20-30%) сільгоспвиробників. Крім того, недостатня капіталізація торговців агропродукцією ускладнює їх доступ до фінансових ресурсів, обмежуючи здатність поглинати значні надлишки продукції в урожайні роки, що чинить тиск на закупівельні ціни, зменшуючи їх рівень для товаровиробника. Отже, у сучасних умовах виникла потреба у створенні ефективної ринкової інфраструктури, здатної забезпечити прозорість процесу продажу аграрної продукції виробниками. Функції таких структур можуть виконувати регіональні оптові ринки сільськогосподарської продукції (ОРСП). Все це обумовлює актуальність досліджень, метою яких є обґрунтування впливу інфраструктурних чинників на розвиток українського ринку сільськогосподарської продукції та розробка пропозицій щодо підвищення ефективності інфраструктурного сектору товарного ринку.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Сьогодні проблема створення та розвитку в Україні організованих високоефективних оптових ринків сільськогосподарської продукції складає не тільки науково-дослідний інтерес, але й набуває суспільно-політичного значення, про що свідчать публікації у ЗМІ [2; 3]. Незважаючи на наявний науковий доробок стосовно проблем розвитку ринкової інфраструктури аграрного ринку [4-8], малодослідженими залишаються питання створення та забезпечення ефективного функціонування регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні з ура-

хуванням особливостей перехідного періоду та зарубіжного досвіду.

*Метою статті* є обґрунтування шляхів розвитку інфраструктурного сектору українського ринку сільськогосподарської продукції. Представлений підхід до створення аграрно-маркетингових центрів (АМЦ).

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Україна є одним з найбільших виробників сільськогосподарської продукції в Європі, має значний нереалізований виробничий та експортний потенціал. Близько 85-90% загальної кількості свіжих овочів і фруктів, споживаних українцями, виробляються сьогодні в Україні (крім групи екзотичних продуктів). Протягом останніх років спостерігається тенденція до 5%-ного зростання сільськогосподарського виробництва. Однак цей показник міг бути набагато вищим, якби не низка проблем, що існують на вітчизняному аграрному ринку.

Серед різноманіття економічних проблем розвитку аграрного ринку в умовах трансформаційної економіки, на наш погляд, слід виділити такі:

1. Зростаючий диспаритет цін на аграрну та промислову продукцію є однією з головних причин низької платоспроможності сільгоспвиробників.

2. Обмежений доступ сільськогосподарських товаровиробників до кредитних ресурсів не дозволяє їм вільно залучати зовнішні фінансові ресурси, необхідні для виробництва продукції. Головними причинами обмеженого доступу сільгоспвиробників до банківських кредитів є їх незадовільний фінансовий стан, відсутність ліквідного забезпечення (більшість основних фондів є фізично та морально зношеними), високі ризики кредитування підприємств галузі тощо.

3. Непрозорий механізм розподілу державних дотацій. Практика свідчить, що діючий механізм державної кредитної субсидії для багатьох агровиробників є недоступним внаслідок існування конкурсного відбору за критеріями, більшість з яких не стосуються кредитних відносин (відсутність заборгованості з виплати заробітної плати, орендної плати тощо). Це позбавляє можливості одержання кредитної субсидії саме тих позичальників, кому вона потрібніша, тобто безпосередніх товаровиробників.

4. Неefективний механізм державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції є наслідком недосконалої державної політики в аграрній сфері. Використання адміністративних (штучних) методів управ-

ління аграрним ринком не дає належного економічного ефекту, часто призводить до його дестабілізації. Практика свідчить, що застосування регулюючих заходів є непослідовним та несистемним, не має в своїй основі економічного обґрунтування, орієнтовано на вирішення окремих ситуативних проблем аграрного ринку, часто адміністративними методами.

5. Панування моносонії на первинному аграрному ринку обумовлює хронічну збитковість протягом останніх десяти років виробництва всіх видів сільськогосподарської продукції. Так, продукція всієї групи технічних культур (цукрові буряки, льон, хміль, тютюн та ін.) за своїми споживчими властивостями може виступати як товар лише на ринку засобів виробництва, де єдиним покупцем такої продукції є лише відповідне підприємство переробних галузей промисловості. Моносонія проявляється також з боку молокопереробних заводів – особливо при закупівлі ними молока в особистих господарствах населення. Відомо, що моносоністами на первинному аграрному ринку є великі зернотрейдери й різні постачальники сільгоспідприємствам засобів виробництва, головним чином, паливно-мастильних матеріалів, за бартерними угодами [11]. На ринку плодоовочевої продукції моносонічними утвореннями сьогодні виступають великі дрібнооптові та роздрібні торговельні мережі, такі як „Метро”, „Фуршет”, „Фоззі” та ін.

6. Відсутність механізму впливу на ціноутворення призводить до значної регіональної варіації цін на сільськогосподарську продукцію й нерівномірного розподілу обсягів її продажу у різних регіонах.

7. Інформаційна непрозорість аграрного ринку. Відсутність повної, достовірної та доступної інформації відносно цін на сільськогосподарську продукцію, обсягів попиту та пропозиції обумовлює втрати товаровиробників внаслідок прийняття помилкових рішень щодо обсягів виробництва продукції.

8. Нерозвиненість біржової торгівлі. Створені на початковому етапі ринкових перетворень аграрні біржі не стали тими установами, які б створили прозорий аграрний ринок, сприяли підвищенню якості сільгосппродукції та за купували її за близькими до світових цінами, позбавивши товаровиробників вимушеної реалізації продукції за низькими цінами.

В Україні сьогодні діє 36 акредитованих товарних бірж, однак вони не виконують ролі прозорого і привабливого для контрагентів місця торгівлі, навіть за умови надання їм права реєструвати експортні контракти. Зокрема, че-

рез біржові торги проходить не більше 1-1,5 % товарного зерна, водночас біржова торгівля овочами та фруктами відсутня з причини невизнання їх біржовим товаром. Загалом обсяги реалізації продукції безпосередньо товаровиробниками на біржах складають лише 0,3% від загального продажу [6]. Крім того, у вітчизняній біржовій торгівлі майже не отримали розвиток ф'ючерсні угоди, які є основними на товарних біржах розвинутих країн. Через відсутність ф'ючерсного біржового ринку проблема кон'юнктури ринків сільгосппродукції та рівня цін на 1-2 річну перспективу залишається відкритою.

9. Обмеженість у сільгоспвиробників альтернативних каналів реалізації продукції, крім реалізації торговим посередникам. Сільськогосподарські підприємства використовують переважно малопрозорі й менш вигідні канали реалізації підприємницьким структурам. Причини цього різноманітні: необхідність термінових розрахунків за ресурси, поставлені комерційними трейдерами, надання переваг отриманню готівки в умовах критичної нестачі обігових коштів, нерозвиненість власних потужностей для зберігання продукції тощо. Практика свідчить, що торгові посередники встановлюють занижені закупівельні ціни на сільгосппродукцію, які не забезпечують процес розширеного відтворення у сільському господарстві. Відсутність єдиної узгодженої цінової політики у сільськогосподарських товаровиробників підсилює існуючу тенденцію до зниження рентабельності їх продукції.

Проведений аналіз структури реалізації продукції, виробленої сільськогосподарськими підприємствами, у розрізі каналів реалізації свідчить про стійку тенденцію зростання частки аграрної продукції, реалізованої за так званими «іншими каналами», тобто торговим посередникам (табл. 1).

Так, у 2006 р. питома вага картоплі, реалізованої за іншими каналами, склала 67,9%, збільшившись порівняно з 2000 р. на 50,0%, овочів – 54,9% (приріст 36,3%), плодів і ягід – 46,2% (приріст 36,3%), винограду – 46,3% (приріст 36,6%), яєць – 71,5% (приріст 63,6%). Реалізація плодовоовочевої продукції безпосередньо переробним підприємствам складає всього близько 15%, і лише для виробників молока даний канал реалізації є домінуючим (у 2006 р. 88,3% молока та молочної продукції було реалізовано переробним підприємствам) (див. табл. 1).

Серед причин зниження обсягів товаропотоків переробним підприємствам слід назвати незбалансовану цінову політику, що реалізує, в першу чергу, економічні

Таблиця 1

**Структура реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами (за каналами реалізації)\***

Показники	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Відхилення, +, -	
										(3-2)	(10-4)
<b>Переробним підприємствам</b>											
Картопля	85,1	15,2	16,9	13,9	2,4	3,2	8,2	11,3	11,0	-69,9	-5,9
Овочі	89,4	39,6	13,3	9,5	4,3	5,9	6,7	13,5	15,6	-49,8	+2,3
Плоди та ягоди	86,8	40,4	16,1	10,8	10,5	12,9	10,5	13,4	15,3	-46,4	-0,8
Виноград	96,4	64,8	68,4	50,4	33,4	28,4	30,4	34,8	35,1	-31,6	-33,3
Молоко та молочні продукти	99,1	87,2	66,3	71,8	73,9	78,7	82,1	85,0	88,3	-11,9	+22,0
Яйця	98,1	56,8	20,0	10,4	0,7	0,4	0,3	0,4	0,3	-41,3	-19,7
<b>На ринку</b>											
Картопля	9,4	42,7	44,8	26,4	28,3	21,1	18,4	17,2	18,4	+33,3	-26,4
Овочі	8,0	41,2	47,0	44,1	39,4	35,7	35,5	31,8	27,3	+33,2	-19,7
Плоди та ягоди	9,8	40,6	49,8	40,2	39,3	34,5	39,5	33,0	33,8	+30,8	-16
Виноград	3,0	21,9	16,1	24,6	25,4	15,7	16,8	15,4	18,0	+18,9	+1,9
Молоко та молочні продукти	0,1	8,9	21,2	9,4	8,0	6,1	4,7	3,8	3,0	+8,8	-18,2
Яйця	1,3	34,2	66,2	51,9	42,6	35,6	32,1	29,2	27,0	+32,9	-39,2
<b>Населенню</b>											
Картопля	5,2	32,2	20,4	15,9	14,7	10,5	7,6	4	2,7	+27,0	-17,7
Овочі	2,6	15,1	21,1	19,2	11,1	8,4	4,9	3,5	2,2	+12,5	-18,9
Плоди та ягоди	3,4	14,6	22,7	20,9	18	15,3	10,1	6	4,7	+11,2	-18
Виноград	0,6	11,5	5,8	7,3	6,2	3,8	2,8	1,4	0,6	+10,9	-5,2
Молоко та молочні продукти	0,8	3,1	7,5	5,1	4,2	3,4	2,2	1,5	1,2	+2,3	-6,3
Яйця	0,4	4,8	5,9	7,3	5,1	3,3	2,1	1,9	1,2	+4,4	-4,7
<b>За іншими каналами</b>											
Картопля	0,3	9,9	17,9	43,8	54,6	65,2	65,8	67,5	67,9	+9,6	+50,0
Овочі	0	4,1	18,6	27,2	45,2	50	52,9	51,2	54,9	+4,1	+36,3
Плоди та ягоди	0	4,4	11,4	28,1	32,2	37,3	39,9	47,6	46,2	+4,4	+34,8
Виноград	0	1,8	9,7	17,7	35	52,1	50	48,4	46,3	+1,8	+36,6
Молоко та молочні продукти	0	0,8	5	13,7	13,9	11,8	11	9,7	7,5	+0,8	+2,5
Яйця	0,2	4,2	7,9	30,4	51,6	60,7	65,5	68,5	71,5	+4,0	+63,6

інтереси останніх. Існуюча монополізація найбільшими операторами ринку каналів реалізації сільськогосподарської продукції знижує закупівельні ціни у сільгоспвиробників і одночасно підвищує ціни на роздрібному ринку. Досить поширені випадки, коли великі споживачі аграрної продукції диктують ціну сільгоспвиробникам. Так, наприклад, компанія «Джаффа» декілька років поспіль стримує закупівельну ціну на персики на рівні, не вищому Ігрн. за кг, компанія «Сандора» утримує закупівельні ціни на томати на мінімальному рівні, а компанія «Чумак» – великий споживач огірків – утримує ціну на них нижче собівартості. Таким чином, збільшення обсягів аграрної продукції, реалізованих товаровиробниками за „іншими каналами”, супроводжується поступовим зменшенням рентабельності продукції та підприємств, що свідчить про зростання рентабельності торгових посередників за рахунок зменшення доходності сільськогосподарського виробництва. Відповідно, пошук нових каналів реалізації

аграрної продукції, які забезпечували б справедливую ціну товару, високу якість послуг з його транспортування, зберігання та сертифікації, перетворюється для сільгоспвиробників в першочергове завдання, успішне вирішення якого сприятиме підвищенню рентабельності аграрного виробництва.

10. Обмеження експорту сільськогосподарської продукції внаслідок: (а) відсутності можливостей формування оптових партій продукції дрібними й середніми виробниками; (б) відсутності системи фінансового забезпечення сертифікації продукції відповідно до міжнародних стандартів якості; (в) відсутності сучасних технологій зберігання, фасування, пакування й переробки агропродукції тощо.

В цьому плані показовим є приклад Польщі, яка, реалізувавши програму будівництва сучасних оптових ринків і створивши на своїй території мережу таких ринків, змогла значно збільшити обсяги експорту власної сільгосппродукції, поступово витісняючи з ринків СНД та ЄС українські аграрні товари (табл. 2).

\* Розраховано за даними Держкомстату України

Таблиця 2

**Порівняльний аналіз експорту аграрної продукції  
з України та Польщі на зовнішні ринки збуту \***

№ п/п	Загальний обсяг імпорту деяких видів сільгосппродукції країн ЄС, Росії і Білорусії		Експорт в країни ЄС, Росію, Білорусь			
			Україна		Польща	
	Види продукції	Обсяг, тис. \$	Обсяг, тис. \$	Частка, %	Обсяг, тис. \$	Частка, %
1	Томати	2653982	900	0,03	197625	18,75
2	Морква	380000	60	0,015	10032	2,64
3	Цибуля, часник	782000	21	0,0025	154836	19,80
4	Яблука	3000000	1120	0,04	195000	6,51
5	Капуста	575000	40	0,006	35511	6,25

Як видно з таблиці 2, ринки наведених видів сільськогосподарської продукції достатньо місткі, їх обсяги складають сотні мільйонів, а по яблукам та томатам – мільярди дол. США. Разом з тим, частка України на цих ринках складає лише мізерні соті і навіть тисячні відсотка.

11. Неєфективність діючих збутових систем сільськогосподарських товаровиробників призводить до істотних втрат врожаю плодів і овочів, які щорічно оцінюються до 30%.

Низька ефективність сільськогосподарського виробництва обумовлена також тим, що товаровиробник, за різними оцінками, витрачає до 40% часу й 20% фінансових коштів на просування свого товару на ринок і його реалізацію. Тому відсутність оптових ринків сільськогосподарської продукції, на наш погляд, необхідно розглядати як першочергову проблему аграрної сфери економіки України, що здійснює значний вплив на рівень доходів сільського й міського населення, ефективність вітчизняного АПК, доходність сільськогосподарських підприємств і, як наслідок, на рівень інфляції. За таких обставин ставити питання про надання державних субсидій безпосередньо аграрним товаровиробникам проблематично, не кажучи про їх збільшення. Отже, за логікою існуючого стану справ збільшення державних субсидій обумовить підвищення урожайності культур що, у свою чергу, призведе до збільшення втрат сільськогосподарської продукції та агровиробників.

Останні дані свідчать, що споживачі (які мешкають, в основному, у великих містах) при покупці свіжих овочів і фруктів віддають перевагу роздрібним мережам або мережам супермаркетів, поступово відмовляючись від стихійних ринків, що, у свою чергу, збільшує попит на свіжу високоякісну продукцію. Однак супермаркети

вимагають сертифіковану продукцію високої якості, основними критеріями якої виступають зовнішній вигляд та упакування, а постачання такої продукції місцевими агровиробниками є обмеженим. Відповідно, у роздрібних мережах продається переважно імпортована сільськогосподарська продукція, що не відповідає економічним інтересам держави та вітчизняних товаровиробників. Як наслідок, загальний баланс експорту-імпорту овочів і фруктів в 2005 р. був негативним і складав 63,3 тисячі доларів США, така ж тенденція збереглася і в наступних 2006-2007 рр.

*Висновки.* Проведене структурування головних економічних проблем розвитку українського аграрного ринку в умовах перехідного періоду свідчить про необхідність розвитку прозорих ефективних збутових систем сільськогосподарських товаровиробників як дієвого засобу подолання хронічної збитковості аграрної сфери, породженої диспаритетом цін на аграрну та промислову продукцію, недосконалістю державних регуляторних заходів, проявами монополізму та цінового диктату з боку торгових посередників тощо. Скорочення обсягів прямої цінової державної підтримки сільгоспвиробників відповідно до вимог СОТ та посилення конкурентної боротьби на внутрішньому аграрному ринку внаслідок лібералізації міжнародної торгівлі обумовлять необхідність пошуку нових способів забезпечення доходності та конкурентоспроможності української сільгосппродукції, серед яких, на наш погляд, важливе місце займає створення в регіонах таких інфраструктурних елементів, як оптові ринки сільськогосподарської продукції. Головна мета ОРСП як ринкового інфраструктурного підрозділу полягає в організації ефективних процесів товароруху

\* За даними Міністерства аграрної політики Польщі.

шляхом формування оптимальних оптових партій сільськогосподарської продукції та їх раціонального цілеспрямованого подальшого розподілу між ланками товарного ринку з мінімальними матеріальними витратами та втратами часу. Головне завдання ОРСП – створення сприятливих умов для виробників (продавців) товару (сільськогосподарської продукції) та оптових покупців для ефективної (вигідної) купівлі-продажу. Найбільш організаційно і технологічно розвиненою формою ОРСП є аграрно-маркетингові центри (АМЦ). Вони функції ОРСП поєднують з інформаційними, консалтинговими, контрольними функціями та низкою інших. Основною метою аграрно-маркетингового центру є формування ефективного прозорого механізму оптового й дрібнооптового продажу сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки товаровиробниками всіх форм власності, надання комплексних послуг і створення найбільш сприятливих умов для продавців і покупців такої продукції, впровадження передового досвіду європейських технологій і стандартів організації оптової торгівлі, позитивний вплив на якість продукції, рівень її кінцевої ціни й задоволення потреб споживачів. Основним елементом АМЦ є оптовий ринок сільськогосподарської продукції, на території якого зосереджені структури, що забезпечують функціонування цілісної системи взаємовідносин між суб'єктами маркетингових каналів просування товару від виробника до кінцевого споживача. Основними функціями АМЦ є такі: формування цін на сільгосппродукцію; зберігання й підготовка товару до продажу; організація діяльності операторів ринку; формування однорідних партій товару; формування замовлень на виробництво; експертиза безпеки і якості товарів; митне оформлення партій товару; банківські послуги; інформаційне забезпечення; консалтингові функції тощо.

Аграрно-маркетингові центри є сталою практикою діяльності оптових ринків інших країн, зокрема, країн Європи. Відповідно, їх створення та функціонування в Україні є одним з найперспективнішим напрямком розвитку організованих прозорих збутових систем

сільськогосподарської продукції.

### Література

1. Кириленко І.Г. Удосконалення системи фінансово-економічних відносин у діяльності агропромислового виробництва в Україні // Економіка АПК. – 2006. – № 6. – С. 3-7.
2. Чопенко В. Как Чиполлино помирился с синьором помидором: воспользуется ли Украина итальянским опытом организации оптовых продовольственных рынков? // Зеркало недели. – 2006. – № 30(609). – С. 11.
3. Шмидт Р.К. Базар – это еще не рынок // Газета 2000 от 22.10. 2006 г. – С. 3.
4. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора: Монографія. – К.: Фенікс, 2004. – 280 с.
5. Формування галузевих ринків України: перехідний період / За ред. д.е.н., проф. В.О. Точиліна. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.
6. Черненко С.О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 171 с.
7. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
8. Корінець Р., Швецова Л. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: запитання та відповіді / Проект USAID „Реформа у галузі сільського господарства, вдосконалення законодавчо-нормативної бази”, Український освітній центр реформ. – Київ, 2007. – 88 с.
9. Статистичний збірник України за 2006 рік / За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2007. – 552 с.
10. Лисюк В.М., Нікішина О.В., Ярмоленко О.Б. Розвиток регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції // Экономические инновации. Вып. 28: Украинское Причерноморье как субъект экономического, социального и экологического пространства. – Одесса: ИПРЭИ НАНУ, 2007. – С. 165-174.