

УДК 658.8

**О. В. Назорна,***к. е. н., доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
ORCID ID: 0000-0001-7573-0874***О. Є. Кононова,***к. е. н., доцент кафедри фінансів, обліку та маркетингу,  
ДВНЗ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури  
ORCID ID: 0000-0002-7215-8574***Н. А. Даляк,***к. е. н., доцент кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківський національний  
технічний університет нафти і газу, Інститут економіки та менеджменту  
ORCID ID: 0000-0002-1599-842X*

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.10.63

## МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ТА ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**O. Nahorna,***PhD in Economics, Associate Professor of the Department of marketing and international trade,  
National University of Life and Environmental Science of Ukraine***O. Kononova,***PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Marketing,  
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture***N. Daliak,***PhD in Economics Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Marketing,  
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Institute of Economics and Management*

### MARKETING RESEARCH OF AGRI-FOOD AND INDUSTRIAL PRODUCTS: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

*У статті на основі статистичного аналізу загальних показників агропромислового сектору України, динаміки обсягів виробленої та реалізованої продукції, рівня рентабельності та індексів цін продукції сільського господарства та промисловості вивчено стан внутрішніх ринків. Виявлено основні фактори та зміни ринків аграрної та промислової продукції після підписання Угоди про Асоціацію. Визначено, що в Україні відбулося зростання показників зовнішньої торгівлі, зміцнення конкурентних позицій агропромислової продукції на ринках ЄС. Виявлено, що пропозиція перевищує попит на аграрну продукцію у грошовому вираженні, посилюючи тиск на аграрні підприємства та їх систему збуту. Обсяги виробництва промислової продукції є меншими за обсяги реалізації у грошовому вираженні; в промисловому секторі більша кількість великих підприємств, тоді як в аграрному — середніх та малих. Промислові підприємства загалом забезпечують позитивний фінансовий результат порівняно з аграрними підприємствами, проте рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств значно вищий. Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності аграрних підприємств був найвищим у 2015 році — 41,7%, тоді як промислових — 0,9%. Виявлено проблеми зі збутом промислової продукції великих підприємств, можливо за рахунок скорочення попиту. Індокси цін на продукцію сільського господарства та промисловості загалом зростали у 2014—2018 роках, що забезпечило ріст виручки, тоді як індекси продукції сільського господарства у 2019 році свідчать про скорочення цін, а відповідно рентабельність також скоротилася. Визначено основні перспективи розвитку внутрішніх ринків агропродовольчої та промислової продукції України. Серед перспектив виділено: зростання рівня відкритості внутрішніх ринків; поява нових вимог до якості продукції національних виробників; розвиток та ріст експортного потенціалу сільськогосподарської продукції; вихід виробників на європейський ринок в середньостроковій та довгостроковій перспективах за всіма видами продукції сільського господарства та промисловості; поява нових підприємств, зокрема у сфері органічного сільськогосподарського виробництва через ріст попиту на органічну продукцію.*

*The article examines the state of domestic markets on the basis of statistical analysis of general indicators of the agro-industrial sector of Ukraine, the dynamics of production and sales, the level of profitability and price indices of agricultural and industrial products. The main factors and changes in the markets of agricultural and industrial products after the signing of the Association Agreement were identified. It is determined that in Ukraine there was an increase in foreign trade, strengthening the competitive position of agro-industrial products in EU markets. It was found that the supply exceeds the demand for agricultural products in monetary terms, increasing the pressure on agricultural enterprises and their sales system. The volume of industrial production is less than the volume of sales in monetary terms; in the industrial sector a larger number of large enterprises, while in the agricultural sector — medium and small. Industrial enterprises generally provide a positive financial result compared to agricultural enterprises, but the level of profitability of agricultural enterprises is much higher. The level of profitability (loss) of operating activities of agricultural enterprises was the highest in 2015 — 41.7%, while industrial — 0.9%. Problems with the sale of industrial products of large enterprises have been identified, possibly due to reduced demand. Price indices for agricultural products and industry as a whole increased in 2014—2018, which ensured revenue growth, while agricultural product indices in 2019 show a reduction in prices, and accordingly, profitability also decreased. The main prospects of development of domestic markets of agro — food and industrial products of Ukraine are determined. Among the prospects are: increasing the level of openness of domestic markets; emergence of new requirements for product quality of national producers; development and growth of export potential of agricultural products; entry of producers into the European market in the medium and long term for all types of agricultural and industrial products; emergence of new enterprises, in particular in the field of organic agricultural production due to growing demand for organic products.*

*Ключові слова: маркетинг агропромислової продукції, перспективи розвитку агропромислового сектору, агропродовольча продукція, промислова продукція, експортний потенціал.*

*Key words: marketing of agro-industrial products, prospects of development of agro-industrial sector, agro-food products, industrial products, export potential.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Після підписання Угоди про Асоціацію внутрішній ринок агропродовольчої та промислової продукції змінився. Основними факторами трансформації стали зовнішні (скасування мит, кон'юнктура світового ринку, проблеми економічного спаду в країнах ЄС, жорсткі вимоги до української продукції відповідно стандартам ЄС та інші) та внутрішні (квоти, ліквідація мит, стимулювання аграрного виробництва через різні економічні важелі тощо). Зазначене потребує вивчення ринків агропродовольчої та промислової продукції, формування перспектив їх розвитку, зважаючи на поточний стан.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій літературі дослідження агропродовольчої та промислової продукції проведено такими вченими: Андрейченко А. [1], Данюк К.О., Скляр Р.В. [2], Дудар, Т. [6], Євсейцева О.С., Волковинська П.С. [7], Кірдан О.П. [8], Ковінько О. [9], Ларіна Я.С., Цимбалюк К.А. [10], Липовий Д.В. [11]. У зазначених працях маркетинг розглядається як підсистема управління збутом продукції, а не спосіб дослідження стану ринків та секторів економіки. Відповідно актуалізується проблематика вивчення стану та перспектив розвитку агропродовольчої та промислової продукції в контексті проведення маркетингового дослідження.

## ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є проведення маркетингового дослідження стану та перспектив розвитку агропродовольчої та промислової продукції.

Відповідно до визначеної мети окреслено такі завдання:

1) проаналізувати показники розвитку агропромислового сектору України у 2008—2019 роках;

2) вивчити попит та пропозицію агропродовольчої та промислової продукції;

3) вивчити динаміку цін на агропродовольчу та промислову продукцію.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У розвинених країнах світу маркетингові дослідження ринку аграрної продукції давно набули популярності, а їх результати успішно використовують у бізнес-діяльності підприємств АПК. На сьогодні ці країни мають практично необмежені можливості для стимулювання свого експорту та імпорту потрібної їм сировини і деяких готових виробів. Скажімо, індустриальні країни різноманітними методами захищають національні компанії, агропромислові підприємства від іноземної конкуренції. Цього досягають головно субсидуванням національного агробізнесу та використанням заходів захисту (митних тарифів і нетарифних засобів) [9].

Дослідження внутрішнього ринку агропродовольчої та промислової продукції передбачає аналіз загальних показників агропромислового сектору України, вивчення динаміки обсягів виробленої продукції, обсягів реалізованої продукції, рівня рентабельності та індексів цін продукції сільського господарства та промисловості, реалізованої підприємствами України. Важливо також розуміти фактори, які визначають динаміку та структуру ринку, особливості агропромислового ринку.

Після підписання Угоди про асоціацію маркетингові відносини між Україною та ЄС покращилися, що забезпечило зростання показників зовнішньої торгівлі, зміцнення конкурентних позицій агропромислової продукції на ринках ЄС [6]. Це означає зміну структури попиту та пропозиції на досліджуваних ринках, зміну цін на продукцію через зняття тарифних обмежень на екс-

Таблиця 1. Динаміка показників розвитку агропромислового сектору України у 2008–2019 роках

Показник	2008	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення, 2019-2015
Зайнятість в аграрному секторі, % від загальної зайнятості	20,69	15,26	15,60	15,41	14,87	14,48	-0,78
Зайнятість в промисловості, % від загальної зайнятості	26,10	24,69	24,25	24,30	24,44	24,57	-0,12
Промисловість (включаючи будівництво), додана вартість на 1 працівника в цінах 2010 року, дол.	7491,57	5300,39	5652,71	5822,11	5931,30	6107,55	807,16
Сільське та лісове господарство, рибальство, додана вартість на 1 працівника в цінах 2010 року, дол.	2479,97	4419,36	4683,38	4671,45	5233,08	5514,97	1095,61
Сільське та лісове господарство, рибальство, додана вартість, % від ВВП	6,86	12,06	11,73	10,19	10,14	9,01	-3,05
Промисловість (включаючи будівництво), додана вартість, % від ВВП	29,16	21,73	23,18	23,37	23,32	22,56	0,84
Промисловість (включаючи будівництво), додана вартість, у поточних млн дол. США	52,44	19,78	21,64	26,22	30,52	34,70	14,92
Сільське та лісове господарство, рибальство, додана вартість, у поточних млн дол. США	12,33	10,98	10,95	11,43	13,28	13,85	2,88

Джерело: складено авторами за даними [3].

порт-імпорт, що зумовило зниження експортних цін на 16–20%, скорочення валютної виручки. Серед основних змін галузей: скорочення експорту агропромислової продукції, отримання дозволів на поставки в ЄС українськими виробниками, стандартизація та сертифікація, зростання частки сільськогосподарської продукції, зростання експорту окремих товарних позицій аграрної галузі, додаткові квоти на певні промислові товари, розширення торгових преференцій завдяки зняттю ввізних мит, жорсткі вимоги до якості продукції [8]. Зазначені зміни трансформують внутрішній агропромисловий ринок, забезпечуючи підвищення рівня якості, зміну попиту та пропозиції, ціни.

За даними Світового банку, в Україні додана вартість промисловості від ВВП за 2015–2019 роки зросла на 0,84%, проте порівняно з 2008 роком скоротилася (табл. 1). Додана вартість аграрного сектору скоротилася на 3,05% від ВВП. Рівень зайнятості в агропромисловому секторі скоротився на 0,90% загалом за 2015–2019 роки.

Додана вартість на 1 працівника зросла при цьому на 807,16 дол. В аграрному секторі та на 1095,61 дол. у промисловості. Це означає ріст продуктивності за рахунок скорочення кількості зайнятих та водночас росту доданої вартості. Відтак додана вартість аграрного сектору зросла на 2,88 млн дол. За 2015–2019 роки, про-

мисловості — на 14,92 млн дол.

Станом на 2018 рік в Україні функціонувало 50504 підприємств сільського, лісового та рибного господарства, з яких 23 великих, 2298 середніх та 48183 малих; 4425 промислових підприємств, з яких 237 великих, 4866 середніх та 39322 малих. За 2013–2018 роки обсяги виробленої аграрної продукції зросли на 213,72%, зокрема фізичними особами підприємцями — на 220,06% (табл. 2). Водночас обсяги реалізації зросли на 225,06%, зокрема фізичними особами підприємцями — на 199,41%. Обсяги виробництва перевищують обсяги реалізації: у 2013 році на 30107,3 млн грн, у 2018 році — на 75584,6 млн грн. Фактично, пропозиція перевищує попит у грошовому вираженні, що може вказувати про збитковість виробництва аграрної продукції, що посилює тиск на аграрні підприємства та їх систему збуту, потребує ви-

ходу на нові ринки та використання ефективних інструментів маркетингу. Проте, обсяги виробництва фізичних осіб є меншими за обсяги реалізації: у 2013 році різниця склала -417,4 млн грн, у 2018 році — -273,3 млн грн. Фактично це може означати збитковість діяльності невеликих господарств.

Обсяги виробництва промисловості зросли на 121,29%, тоді як обсяги реалізації — на 121,08%. Водночас фізичні особи-підприємці наростили обсяги виробництва високими темпами (на 190,79%), тоді як обсяги реалізації зросли меншими темпами — на 160,93%.

Обсяги виробництва промислової продукції є меншими за обсяги реалізації у грошовому вираженні: у 2013 році на -229778,9 млн грн, у 2018 році — на -505260,3 млн грн (фізичних осіб на -3331,8 млн грн та -3489,9 млн грн відповідно). Фактично промислові підприємства загалом забезпечують позитивний фінансовий результат порівняно з аграрними підприємствами. Це може бути пов'язано зі структурою діючих підприємств: у промисловому секторі більша кількість великих підприємств, тоді як в аграрному середніх та малих. Великі підприємства аграрного сектору виробили у 2018 році 10,5% у від загального обсягу виробництва, середні — 52,0%, малі — 37,5%. Великі підприємства промисловості виробили 58,8% від загального обсягу виробництва, середні —

Таблиця 2. Динаміка обсягів виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013–2018 роках, млн грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Темп приросту (2018/2013), %
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	196385,2	286905,6	416620,0	474884,1	524120,7	616094,0	213,72
з них у фізичних осіб-підприємців	4730,1	5978,9	7506,9	9881,2	12957,9	15139,2	220,06
Промисловість	1264071,2	1334068,4	1606440,7	1920255,2	2461939,0	2797283,4	121,29
з них у фізичних осіб-підприємців	17426,8	17613,5	22286,2	31660,1	41637,6	50675,2	190,79

Джерело: складено авторами за даними [3].

**Таблиця 3. Динаміка обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013–2018 роках**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Темп приросту (2018/2013),%
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	166277,9	220163,3	372033,4	414799,9	467636,1	540509,4	225,06
з них у фізичних осіб-підприємців	5147,6	6233,5	9723,4	11154,1	13256,0	15412,5	199,41
Промисловість	1493850,0	1567714,0	1917185,6	2343000,4	2862308,9	3302543,7	121,08
з них у фізичних осіб-підприємців	20758,6	21099,1	29650,2	37304,5	44540,0	54165,0	160,93

Джерело: складено авторами за даними [3].

33,2% та малі — 8,0%. Великі підприємства аграрного сектору реалізували у 2018 році 10,4% у від загального обсягу виробництва, середні — 51,9%, малі — 37,7%. Великі підприємства промисловості реалізували 55,1% від загального обсягу виробництва, середні — 37,9% та малі — 7,0%. Це означає проблеми зі збутом промислової продукції великих підприємств, можливо за рахунок скорочення попиту. В цілому аграрні підприємства рентабельні на операційною діяльністю (рис. 1), порівняно з промисловими підприємствами, які у 2013–2015 роках характеризувалися збитковістю операційної діяльності, вийшовши на операційну рентабельність у 2016–2018 роках (рис. 2).

Відтак рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності аграрних підприємств був найвищим у 2015 році — 41,7%, тоді як промислових — 0,9%. Великі, середні та малі аграрні підприємства забезпечують приблизно однаковий рівень рентабельності (18,3% усього у 2018 році), тоді як великі промислові підприємства є більш рентабельні за середні або малі (9,4%, 2,4% та 4,5% відповідно у 2018 році). Це пов'язано з масштабами діяльності та особливостями реалізації різних видів продукції в обох галузях. Для прикладу, індекси цін на продукцію сільського господарства та промисловості в цілому зростають у 2014–2018 роках, що відповідно забезпечило ріст виручки (табл. 4), тоді як індекси продукції сільського господарства у 2019 році свідчать про скорочення цін, а відповідно рентабельність також скоротилася.

Зважаючи на визначені тенденції цін, попиту, пропозиції на агропродовольчу та промислову продукцію, доцільно сформулювати перспективи розвитку цих внутрішніх ринків:

1. Зростання рівня відкритості внутрішніх ринків та поява нових вимог до якості продукції національних виробників, передусім виробників сільськогосподарської продукції.

2. Розвиток та ріст експортного потенціалу сільськогосподарської продукції, зокрема підвищення кваліфікації персоналу, якісні зміни системи маркетингу.

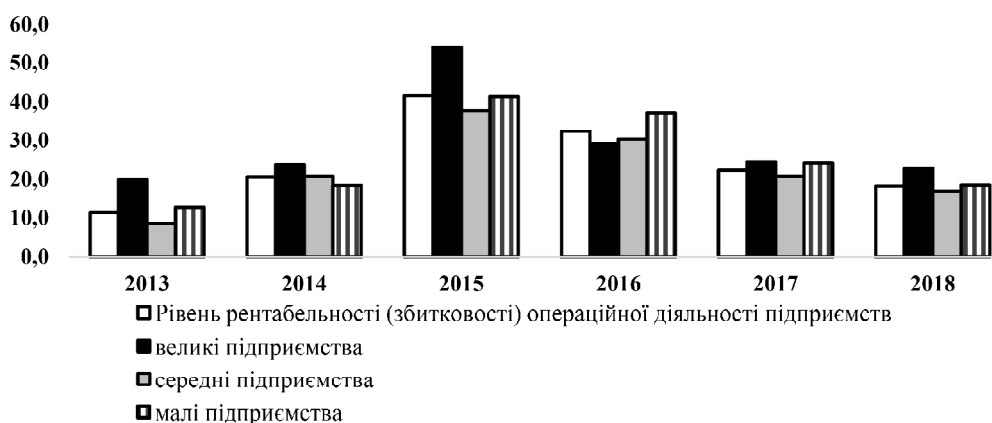
3. Вихід виробників на європейський ринок у середньостроковій та довгостроковій перспективах за всіма видами продукції сільськогосподарства та промисловості.

4. Прийняття та розробка, інтеграція та оптимізація правової бази, зокрема в сфері стандартизації та сертифікації продукції.

5. Поява нових підприємств, зокрема в сфері органічного сільськогосподарського виробництва через ріст попиту на органічну продукцію.

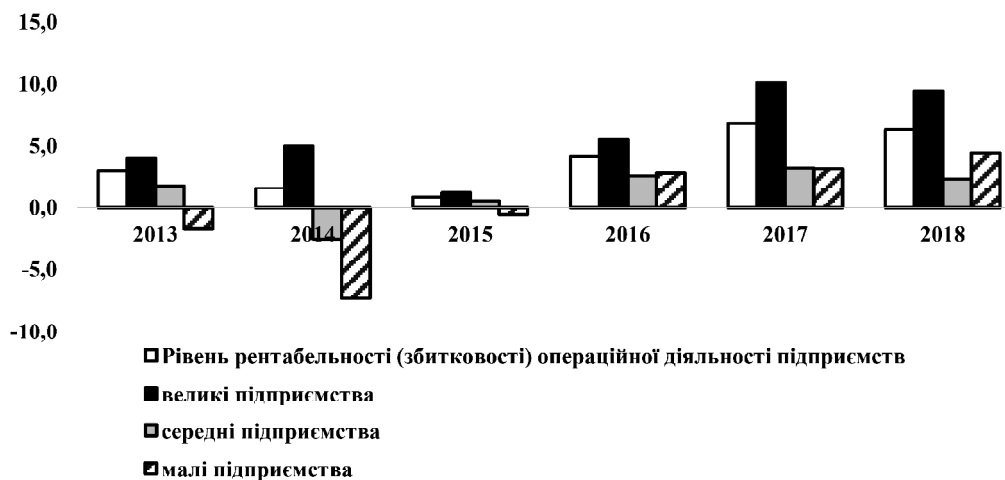
## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження слугує підставою для ствердження щодо структурних змін ринків агропродовольчої та промислової продукції. Серед основних змін: зростання показників зовнішньої торгівлі, зміцнення конкурентних позицій агропромислової продукції на ринках



**Рис. 1. Динаміка рівня рентабельності підприємств сільського, лісового та рибного господарств України у 2013–2018 роках, %**

Джерело: складено авторами за даними [3].



**Рис. 2. Динаміка рівня рентабельності підприємств сільського, лісового та рибного господарств України у 2013–2018 роках, %**

Джерело: складено авторами за даними [3].

ЄС; перевищення пропозиції над попитом на аграрну продукцію у грошовому вираженні, посилення тиску на аграрні підприємства та їх системи збуту. Обсяги виробництва промислової продукції є меншими за обсяги реалізації у грошовому вираженні; в промисловому секторі більша кількість великих підприємств, тоді як в аграрному — середніх та малих. Промислові підприємства загалом забезпечують позитивний фінансовий результат порівняно з аграрними підприємствами, проте рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств значно вищий. Виявлено проблеми зі збутом промислової продукції великих підприємств, можливо за рахунок скорочення попиту. Індекси цін на продукцію сільськогосподарства та промисловості загалом зростають та забезпечили ріст виручки, тоді як індекси продукції сільськогосподарства у 2019 році свідчать про скорочення цін, а відповідно рентабельність також скоротилася. Серед перспектив виділено: зростання рівня відкритості внутрішніх ринків; поява нових вимог до якості продукції національних виробників; розвиток та ріст експортного потенціалу сільськогосподарської продукції; вихід виробників на європейський ринок у середньостроковій та довгостроковій перспективах за всіма видами продукції сільськогосподарства та промисловості; поява нових підприємств, зокрема в сфері органічного сільськогосподарського виробництва через ріст попиту на органічну продукцію.

Література:

1. Андрейченко А. Маркетинг продукції безвідходного агропромислового виробництва. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 2. С. 76—82.
2. Данюк К.О., Скляр Р.В. Стан та перспективи розвитку агропромислового комплексу України. Технічне забезпечення інноваційних технологій в агропромисловому комплексі: матеріали I Міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції. 2020. (Мелітополь, 01—24 квітня 2020 р.). С. 71—74.
3. Державна служба статистики України (2020). Економічна діяльність / Діяльність підприємств. Інтернет доступно з: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 20.09.2020).
4. Державна служба статистики України (2020). Індекси цін виробників промислової продукції у 2013–2019 роках. Інтернет доступно з: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 20.09.2020).
5. Державна служба статистики України (2020). Індекси цін продукції сільськогосподарства, реалізованої підприємствами. Інтернет доступно з: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 22.09.2020).
6. Дудар Т. Маркетинг відносин в системі агробізнесу у контексті викликів євроінтеграційних процесів. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2016. № 1. С. 22—34.
7. Євсейцева О.С., Волковинська П.С. Стратегічний маркетинг як інструмент підтримки конкурентоспроможності аграрних компаній. Агросвіт. 2019. № 5. С. 73—77.
8. Кірдан О.П. Квотування сільськогосподарської продукції українських виробників та проблеми виходу на європейські ринки. I Всеукраїнська наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. 2018. м. Умань. С. 14—16.
9. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 2. С. 65—76.
10. Ларіна Я.С., Цимбалюк К.А. Соціально-етичний маркетинг як засіб забезпечення конкурентоспроможності агропромислових підприємств. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2017. № 260. С. 197—208.
11. Липовий Д.В. Стратегічне управління маркетингом та збутом продукції інтегрованих підприємств: авто-

Таблиця 4. Динаміка індексів цін продукції сільськогосподарства та промисловості, реалізованої підприємствами України у 2013—2019 роках, у % до відповідного періоду

Індекси цін	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Продукція сільськогосподарства - всього	97,1	124,3	154,5	109	111,5	109,3	92,4
Рослинництво	91,8	129,2	167,2	116,3	107,3	109,8	91,2
Тваринництво	102,4	119,1	141,3	101,7	130,7	108,6	96,8
Промисловість	99,9	117,1	136	120,5	126,4	117,4	104,1

Джерело: складено авторами за даними [4; 5].

реф. дис. канд. екон. наук. Економіка та управління Харків. нац. техн. ун-т с.-г. ім. П. Василенка. Харків. 2018. Україна.

12. Світовий Банк. Україна (2020). Інтернет доступно з URL: <https://data.worldbank.org/country/ukraine> (дата звернення 22.09.2020).

References:

1. Andreichenko, A. (2018), "Marketing of waste-free agro-industrial production", *Ekonomichnyy chasopys Skhidnoyevropeyskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrayinky*, vol. 2, pp. 76—82.
2. Danyuk, K.O. Sklyar, R.V. (2020), "State and prospects of development of the agro-industrial complex of Ukraine". *Tekhnichne zabezpechennya innovatsiynikh tekhnolohiy v ahropromyslovomu kompleksi: materialy I Mizhnarodnoyi nauk.-prakt. Internet-konferentsiyi [Technical support of innovative technologies in the agro-industrial complex: materials of the I International scientific-practical. Internet conferences]*, Melitopol, Ukraine, pp. 71—74.
3. State Statistics Service of Ukraine (2020), "Economic activity / Activity of enterprises", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 20 September 2020).
4. State Statistics Service of Ukraine (2020), "Producer price indices of industrial products in 2013—2019", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 20 September 2020).
5. State Statistics Service of Ukraine (2020), "Price indices of agricultural products sold by enterprises", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 22 September 2020).
6. Dudar, T. (2016), "Marketing relations in the agribusiness system in the context of the challenges of European integration processes", *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, vol. 1, pp. 22—34.
7. Evseytseva, O. S. and Volkovynska, P.S. (2019), "Strategic marketing as a tool to support the competitiveness of agricultural companies", *Ahrosvit*, vol. 5, pp. 73—77.
8. Kirdan, O.P. (2018), "Quotas of agricultural products of Ukrainian producers and problems of entering European markets", mater. I Vseukrayinskoyi nauk.—prakt. konf. [mater. And All-Ukrainian scientific practice. conf.], Uman, Ukraine, pp. 14—16.
9. Kovinko, O. (2016), "International markets for agricultural products", *Zovnishnya torhivlya: ekonomika, finansy, pravo*, vol. 2, pp. 65—76.
10. Larina, Y. S. and Tsybalyuk, K.A. (2017), "Socio-ethical marketing as a means of ensuring the competitiveness of agro-industrial enterprises", *Naukovyy visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrayiny. Seriya: Ekonomika, ahrarynyy menedzhment, biznes*, vol. 260, pp. 197—208.
11. Lypovy, D.V. (2018), Strategic management of marketing and sales of integrated enterprises: author. dis. Cand. econ. Sciences: 08.00.04 — Economics and management of enterprises (by types of economic activity); Science. ker. O.V. Mandic; Kharkiv. nat. tech. University of Agriculture them. P.Vasilenko. Kharkiv.
12. The World Bank (2020), "Ukraine", available at: <https://data.worldbank.org/country/ukraine> (Accessed 22 September 2020).

Стаття надійшла до редакції 01.10.2020 р.