

12. Підліснюк В. Сталий розвиток суспільства: роль освіти: путівник / В. Підліснюк, І. Підліснюк та ін. – К.: Вид-во СПД «Ковальчук», 2005. – 88 с.
13. Статистичний збірник «Чернігівщина в цифрах» / Головне управління статистики в Чернігівській області. Ч., 2008–2010 рр. – 67 с.
14. Статистичний щорічник України за 2009 рік: [стат. зб.]. – К.: Консультант, 2010. – С. 332.
15. Характеристика України по Індексу економічної свободи // Оф. сайт Heritage Foundation.

16. Environmental Performance Index 2010. epi.yale.edu
17. Human Development Report 2009/2011. Fighting climate change: Human solidarity in a divided world / United Nations Development Programme. – New York, 2011. – 400 p.
18. Understanding Knowledge Societies: In 20 Questions and Answers with the Index of Knowledge Societies / United Nations: New York. – June, 2010. – XVII. – 188 p.
19. Worldwide quality-of-life index. – Режим доступу: <http://www.economist.com>

Г.Ю. ТКАЧУК,  
к.в.н., доцент кафедри економіки, ЖДТУ

## Стратегія формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу Житомирщини

*У статті представлено узагальнення стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу Житомирщини. Розроблено ряд практичних рекомендацій формування конкурентних переваг із врахуванням досвіду попередніх досліджень.*

**Ключові слова:** стратегія, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, агробізнес.

*В статье представлено обобщение стратегии формирования конкурентоспособности малых предприятий агробизнеса Житомирщины. Разработан ряд практических рекомендаций формирования конкурентных преимуществ с учетом опыта предыдущих исследований.*

**Ключевые слова:** стратегия, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, агробизнес.

*The article presents a generalization strategy formation of small agribusiness enterprises of Zhytomyr region. A number of practical recommendations for the formation of competitive advantage from the experience of previous studies are developed*

**Keywords:** strategy, competitiveness, competitive advantage, agribusiness.

**Постановка проблеми.** Сучасні умови господарювання висувують на перший план питання забезпечення ефективності господарської діяльності кожного окремого ринкового суб'єкта. Така ефективність суб'єктів господарювання може бути реалізована лише за рахунок досягнення ними конкурентоспроможності. Оскільки конкурентоспроможність підприємства визначає його позицію в галузі, допомагає підтримувати існуючі та створювати нові конкурентні переваги, то нею необхідно цілеспрямовано управляти за рахунок розробки та впровадження виваженої чітко розробленої конкурентної стратегії.

Стратегія формування конкурентоспроможності є досить важливою для малих підприємств аграрного сектору, адже на сьогодні державою зроблено все можливе, щоб не дати розвиватися таким підприємствам. Особливого значення потребує вирішення питання впровадження стратегічного управління саме на таких підприємствах, оскільки їх ефективне господарювання є запорукою продовольчої безпеки держави. Оскільки для малих підприємств агробізнесу управління конкурентоспроможністю – це нова сфера діяльності, а такі важливі аспекти, як її забезпечення та формування стратегії її досягнення, враховуються мало, це й визначає актуальність дослідження цієї проблематики.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Проблеми формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу недостатньо досліджені як у вітчизняній, так і в закордонній теорії і практиці. Існує також дефіцит праць, присвячених комплексному управлінню конкурентоспроможністю. Серед сучасних праць, присвячених питанням конкурентоспроможності підприємств, варто виділити роботи А.Л. Зозуля, В.Л. Диканя, В.І. Савчука, М. Портера, Н.І. Горбалья, О.Є. Кузьміна, Р.А. Довбуша та Р.А. Фатхутдинова, в яких висвітлено сутність, методики управління конкурентоспроможністю різних об'єктів [2–4, 6, 8]. Найвизначніший внесок в розробку теорії стратегічного управління зроблено такими відомими західними та вітчизняними вченими-економістами в сфері менеджменту, як І. Ансофф, Х. Мінцберг, А. Томпсон, А.Дж. Стринкленд, І.П. Булеев, З.С. Шершньова, С.В. Оборська, В.Д. Немцов, Д.Є. Довгань та ін. [1, 5, 9].

Вітчизняна наукова парадигма функціонування підприємницьких структур у сфері агробізнесу та стратегічних напрямів формування їх конкурентоспроможності отримала розвиток під впливом фундаментальних і прикладних досліджень А. Андрійчука, Ю. Губені, В. Зіновчука, В. Іванюти,

В. Мессель–Веселяка, О. Могильного, П. Саблука, О. Школьного та ін. Проте проблеми визначення стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу все ще залишаються актуальними.

**Метою статті** є узагальнення етапів стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу Житомирської області.

**Виклад основного матеріалу.** Стратегія формування конкурентоспроможності розглядається як система управлінських та організаційно–технічних заходів, спрямованих на забезпечення ефективного виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції з метою забезпечення прибуткового господарювання та стійкого конкурентного становища на ринку. Оцінку економічної ефективності системи ведення сільського господарства можна виразити лише як максимальне одержання необхідної продукції з кожного гектара землі при найменших витратах, що забезпечить підприємству стабільний економічний розвиток.

Стратегія формування конкурентоспроможності підприємств – це механізм, завдяки якому відбувається мобілізація внутрішніх ресурсів та можливостей підприємства з метою забезпечення сталого довгострокового розвитку, в основі якого лежить економічна рівновага, фінансова стійкість, можливість забезпечення розширеного відтворення та стійкого економічного зростання.

В основу методичного підходу визначення стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу покладено такі основні критерії:

- можливість раціонального використання землі і машин на різній за величиною площі (або щодо поголів'я худоби);
- покращення ефективності використання трудового потенціалу за рахунок підвищення продуктивності праці та зменшення її трудомісткості;
- максимізації прибутку на одну гривню, вкладену у виробничі фонди, за рахунок управління фондовіддачею підприємства;
- забезпечення збалансованості між економічним та соціальним ефектом господарювання;
- врегулювання попиту і пропозиції на ринках сільськогосподарської продукції;
- зростання експортного потенціалу підприємства.

Враховуючи вищесказане, спробуємо запропонувати базову модель стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу, яка являє собою логічну послідовність етапів її впровадження. Отже, сформулюємо основні напрями стратегії формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу:

1. Визначення стратегічних цілей та встановлення тактичних завдань підприємства.

На сучасному етапі господарювання доцільним є використання багатоваріантного підходу до визначення мети діяльності підприємства. Даний підхід передбачає побудову «дерева цілей» з обов'язковим виділенням під цілей та зав-

дань, які детально уточнюються та узгоджуються між собою. Процес побудови «дерева цілей» вимагає визначення основного стратегічного завдання, наприклад, формування конкурентоспроможності та в залежності від головної мети відбувається формулювання деяких підзавдань, які зможуть забезпечити досягнення основної мети підприємства (оптимізація використання наявних ресурсів, визначення напрямів та джерел фінансування тощо). Ці підзавдання, у свою чергу, конкретизуються на інші більш дрібніші завдання із обов'язковим зазначенням термінів їх виконання.

2. Проведення оцінки власних внутрішніх можливостей та «вузьких місць».

Даний етап передбачає формування системи показників (елементів стратегічного потенціалу), що обумовлюють внутрішні перспективи формування конкурентоспроможності підприємства. Такий аналіз доцільніше проводити за окремими складовими потенціалу підприємства:

- управління земельними ресурсами (валовий дохід на 1 га угідь, додана вартість на 1 га угідь тощо);
- виробничим потенціалом (рівень витрат на виробництво продукції, продуктивність використання ресурсів, можливість нарощення виробничих потужностей, наявність основних засобів на 1 га угідь, фондоозброєність одного працівника тощо);
- фінансовим потенціалом (можливості залучення кредитних ресурсів, ступінь фінансової незалежності підприємства, ефективність управління оборотними активами, інвестиційна привабливість тощо);
- трудовим потенціалом (продуктивність одного працівника, рівень середньомісячної оплати праці, кваліфікаційний рівень персоналу тощо);
- системою управління підприємством (раціональність організації управління підприємством, планово–економічної роботи, бухгалтерського обліку та контролю за виконанням прийнятих рішень).

Тобто на даному етапі відбувається моніторинг власних можливостей підприємства та предмет співставлення існуючого з бажаним рівнем діяльності, із відповідним плануванням показників подальшого розвитку на основі усунення недоліків господарювання. Також доцільним вважається проведення експертної оцінки можливостей розвитку окремих складових потенціалу підприємства.

3. Аналіз діяльності конкурентів на предмет діагностики їх сильних та слабких сторін з метою визначення власної ринкової позиції та перейняття досвіду більш вдалого ведення бізнесу.

Розробка стратегії формування конкурентоспроможності передбачає визначення головних конкурентів та дослідження їх сильних та слабких сторін. При цьому головна увага приділяється фінансово–господарському становищу конкурентів, перевагам та недолікам ведення ними виробничої діяльності, аналізу ефективності використання наявних ресурсів та визначенню втрачених можливостей досліджуваних підприємств.

На даному етапі доцільним є використання процедури бенчмаркінгу. Бенчмаркінг на відміну від звичайного аналізу діяльності підприємств-конкурентів являє собою механізм порівняльного аналізу ефективності роботи досліджуваного підприємства з показниками інших, більш успішних підприємств галузі.

Процес бенчмаркінгу полягає у постійному систематичному аналізі ефективності власної господарської діяльності та діяльності підприємств-конкурентів, проведенні порівняння, виявленні переваг та недоліків у власній діяльності та у діяльності підприємств-конкурентів, та передбачає накопичення банку даних на основі яких розробляються моделі ефективності діяльності підприємства з урахуванням тих чи інших факторів. Таким чином, за допомогою бенчмаркінгу встановлюються ринкові позиції підприємства, переваги та недоліки його господарювання, аналізуються втрачені можливості порівняно з конкурентами.

Втім, зауважимо, що на сьогодні використання методів бенчмаркінгу малими підприємствами агробізнесу ускладнюється через відсутність відкритої та достовірної інформації про діяльність підприємств-конкурентів сільськогосподарської галузі.

Результати попередніх досліджень діяльності малих підприємств агробізнесу дають підставу стверджувати, що основним завданням формування конкурентоспроможності є не стільки вирішення питань щодо забезпеченості ресурсами, а скільки можливість ефективного їх використання. Встановлено, що більшість малих підприємств агробізнесу Житомирщини характеризується неефективністю господарських процесів; високим ступенем зношення основних засобів; формуванням активів за рахунок власних фінансових ресурсів; низькими темпами приросту фінансових ресурсів; тривалістю виробничого циклу майже рік тощо. Особливістю даного етапу є розробка системи показників-індикаторів для проведення адекватної оцінки ефективності фінансово-економічної діяльності підприємств та отримання уявлення про реальний рівень їх конкурентоспроможності [7].

4. Дослідження впливу факторів зовнішнього середовища (окрім конкурентів) на формування конкурентоспроможності підприємства.

Підприємство – це складна, динамічна, відкрита система, яка активно взаємодіє із зовнішнім оточенням, постійно адаптуючись під це оточення і змінюючи його. Тому неможливо розглядати діяльність підприємства відособлено, у відриві від зовнішніх умов його господарювання. Цей етап є одним із головних в процесі розробки стратегії формування конкурентоспроможності, оскільки, конкурентоспроможність неможливо оцінити окремо, у відриві, від інших підприємств галузі. Таким чином, стратегія формування конкурентоспроможності повинна враховувати вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства з урахуванням можливості як позитивних, так, і негативних його змін.

Дослідивши дію зовнішнього середовища на рівень конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу, визначе-

но основні фактори впливу на його формування, а саме: державна політика у даній галузі, кліматичні умови, зміни в попиті на готову продукцію, несприятливий інвестиційний клімат, несвоечасність розрахунків, інфляційні процеси, диспаритет цін між продукцією сільського господарства та продукцією промисловості, розмір податкового навантаження, наявність фінансового та господарського ризиків. Вплив усіх цих факторів необхідно враховувати в процесі розробки стратегії формування конкурентоспроможності підприємства.

Вплив дії даних факторів можливо оцінити за допомогою кореляційного аналізу, а саме за рахунок виявлення тісноти зв'язків між факторною та результативною ознакою та побачити числовий вираз даного впливу.

5. Виявлення ключових факторів успіху формування конкурентоспроможності підприємства.

На даному етапі передбачається встановлення конкурентних переваг діяльності підприємства на основі даних, виявлених у процесі попередніх досліджень. За допомогою проведеного бенчмаркінгової оцінки ефективності власної господарської діяльності та діяльності підприємств-конкурентів відбувається співставлення потреб у капіталі з джерелами їх залучення, аналізуються альтернативні джерела залучення капіталу, встановлюються причини збитковості підприємств.

У процесі аналізу, перш за все, необхідно звернути увагу на структуру майна підприємства, адже від цього залежить його ліквідність, здатність до залучення позикових коштів, можливість виживати в умовах конкурентного середовища, недостатність або зношеність основних фондів, навпаки ускладнює виробничі процеси підприємства та негативно впливає на його імідж, а також спричиняє необґрунтоване зростання собівартості готової продукції.

Більшість основних фондів усіх сільськогосподарських підприємств на сьогодні є морально застарілими та фізично зношеними, що не відповідає умовам конкурентного господарювання. Крім того, вони частково незадіяні у виробничій діяльності, але залишаються й досі на балансі підприємств і на них нараховується амортизація, що, у свою чергу, значно завищує витрати підприємства і негативно впливає на ціну готової продукції [7].

Як вихід із такої ситуації пропонується підприємствам списувати, консервувати, реалізовувати, здавати в оренду ту частину основних фондів яка безпосередньо не використовується у виробничому процесі. Ці дії призведуть до зниження питомої ваги основних фондів в активах підприємства і, як результат, до зростання ліквідності підприємства, збільшення оборотних коштів за рахунок надходжень від продажу, чи оренди основних засобів, зменшення зношеності всього парку основних засобів та непродуктивних витрат виробництва. Це стане реальною конкурентною перевагою підприємства серед інших підприємств галузі.

Потребує також негайного вирішення питання оптимізації структури оборотного капіталу, яка певною мірою забезпечує конкурентоспроможність підприємств. Якщо звернути увагу

## РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

на якісну структуру оборотного капіталу, відмітимо, що, незважаючи на специфіку галузі, існує висока концентрація фінансових ресурсів у виробничих запасах, тваринах на вирощуванні та відгодівлі, незавершеному виробництві та дебіторській заборгованості. За рахунок такої нераціональної структури оборотного капіталу більшість підприємств, потребуючи вільних грошових коштів, втрачають конкурентні позиції. Тому варто уважніше відстежувати як розміри вкладень, так і обґрунтованість накопичень, а отже необхідно акумулювати обігові кошти у ті статті оборотного капіталу, які реально приносять бажаний ефект. Окрему увагу слід приділяти стану дебіторської заборгованості та умовам її погашення [7].

Ще однією перепорою на шляху формування конкурентних переваг малих підприємств агробізнесу є значні обсяги поточних зобов'язань. Проте проблемою є не стільки обсяги самих зобов'язань, скільки нераціональний розподіл отриманого прибутку підприємствами. Адже конкурентоспроможність підприємства залежить не від обсягів прибутку, а від раціонального його накопичення у власному капіталі, реінвестування у новітню техніку та технології, сучасні виробничі потужності, нагромадження оборотного капіталу.

Як резерв формування конкурентних переваг, а отже і конкурентоспроможності пропонується використовувати позиковий капітал як реальне джерело нарощування внутрішнього потенціалу. Зауважимо, що останнім часом існує тенденція до зниження відсоткових ставок по кредитуванню як у національній, так і в іноземній валютах.

На сьогодні гостро постає питання кредитування малих підприємств агробізнесу. Однак використання позикових коштів є обґрунтованим для підприємств, які намагаються вистояти в умовах жорсткої конкурентної боротьби, оскільки це дає реальні можливості нарощувати обсяги виробництва, оновлювати матеріально-технічну базу та нарощувати оборотний капітал.

Вітчизняним підприємствам слід звернути увагу на поповнення власного капіталу за рахунок прибутку підприємства. Підприємство таким чином стане більш автономним і йому буде простіше залучати кредити банків для власного розвитку. Тобто на цьому етапі важливим є обґрунтування обсягів, умов, термінів і потенційних джерел залучення позикових ресурсів.

Наступним кроком у формуванні конкурентних переваг повинно стати вирішення проблеми зниження постійно зростаючої собівартості продукції, оскільки існує обернена залежність між собівартістю продукції та прибутковістю підприємства. Це відбувається передовсім через сезонність виробництва. Собівартість є свого роду індикатором ефективності господарювання підприємства, допомагаючи виявляти приховані резерви для підвищення рівня його прибутковості. За рахунок зниження собівартості зростає окупність витрат прибутком і створюються сприятливі умови для прискорення темпів розширеного відтворення та підвищення матеріальної зацікавленості працівників. Тому важливим є проведення розрахунків та обґрунтування економічної до-

цільності кожної статті витрат підприємства з розробкою заходів щодо їх зниження.

Перспективним напрямом отримання конкурентних переваг та формування конкурентоспроможності для малих підприємств агробізнесу є запровадження інновацій та інноваційних технологій, які в умовах ринкової конкуренції забезпечать оновлення асортименту продукції у відповідності до попиту населення. Розробка стратегії формування конкурентоспроможності передбачає проведення заходів щодо виявлення конкурентних переваг, що так чи інакше впливають на формування їх конкурентоспроможності.

6. Оцінка ефективності розробленої стратегії формування конкурентоспроможності підприємства. Завершальним етапом процесу розробки стратегії формування конкурентоспроможності є проведення її діагностики, завдяки чому можна оцінити позитивні та негативні аспекти запропонованої стратегії та зробити висновки щодо відповідності прогнозу перспективним цілям підприємства. У випадку негативних змін виникає необхідність корегування розробленого прогнозу та винайдення оптимальних шляхів вирішення проблеми та резервів формування конкурентоспроможності підприємства. Головною умовою стратегії є своєчасність внесення доповнень і уточнень у план діяльності та розвитку підприємства з метою формування високого рівня його конкурентоспроможності.

### Висновки

Проведений у попередніх дослідженнях аналіз сучасного стану конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу став основою для розробки стратегії формування конкурентоспроможності таких підприємств. Отже, виділено п'ять основних етапів, послідовне виконання яких допоможе підприємствам враховуючи внутрішній потенціал та зовнішні можливості сформувати високий рівень конкурентоспроможності. Проте успіх від впровадження даної стратегії забезпечиться лише за умов зацікавленості керівництва кожного окремого підприємства у формуванні високого рівня його конкурентоспроможності.

Запропонована стратегія формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу покликана сприяти всебічному розвитку малих підприємств сільського господарства та вивести їх на вищий щабель господарювання, максимально використовуючи власні можливості та ресурси на основі встановлення обґрунтованої програми діяльності у поєднанні із перейняттям провідного досвіду найкращих підприємств даної галузі.

Перспективним напрямом дослідження вважаємо доцільність використання економіко-математичного моделювання з метою виявлення факторів найбільшого впливу на можливість формування конкурентних переваг та досягнення конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу. А також можливості побудови моделей поведінки суб'єктів господарювання на ринку.

**Література**

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Дікань В.Л. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі: Підручник / В.Л. Дікань, В.І. Савчук. – К.: Знання, 2004. – 207 с.
3. Довбуш Р.А. Управління конкурентоспроможністю підприємств: Підручник / Р.А. Довбуш, А.Л. Зозуля. – Харків: Основа, 2003. – 250 с.
4. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
5. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 560 с.
6. Портер М. Конкуренція: Учеб. пособие / М. Портер; Пер. с англ. – М.: Изд-во «Вильямс», 2005. – 608 с.
7. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: дис. Кандидата економічних наук: 08.00.04 / Г.Ю. Ткачук. – Житомир, 2011. – 221 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
9. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

С.Д. СІТАШ,

магістр, Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету

## Проблеми та фактори підвищення продовольчої безпеки регіону

*У статті здійснено оцінку та виокремлено проблеми продовольчої безпеки регіону, розглянуто зовнішні та внутрішні загрози для неї. Увагу приділено факторам підвищення продовольчої безпеки регіону в ринкових умовах.*

**Ключові слова:** продовольча безпека, продовольча безпека регіону, фактори підвищення продовольчої безпеки.

*В статье осуществлена оценка и выделены проблемы продовольственной безопасности региона, рассмотрены внешние и внутренние угрозы для нее. Внимание уделено факторам повышения продовольственной безопасности региона в рыночных условиях.*

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность, продовольственная безопасность региона, факторы повышения продовольственной безопасности.

*In the article an estimation is carried out and the problems of food safety of region are selected, external and internal threats are considered for it. Attention is spared the factors of increase of food safety of region in market conditions.*

**Постановка проблеми.** Продовольча безпека є однією з основних складових національної безпеки та об'єктивно виступає найбільш чутливим елементом економічної безпеки, оскільки будь-які негативні процеси в продовольчому забезпеченні населення, наприклад значне підвищення цін на продовольство або виникнення дефіциту тих чи інших продуктів харчування, викликають хвилю суспільного невдоволення.

В Україні останніми роками склалася небезпечна ситуація – нависла загроза над продовольчою безпекою регіону. Економіка країни, і особливо головна її складова – економіка аграрного сектору, були схильні до деформацій, унаслідок чого обсяги сільськогосподарського виробництва скоротилися. Погіршення економічної доступності населення до продоволь-

ства відбулося внаслідок низьких заробітних плат і доходів. До того ж особливу загрозу продовольчій безпеці регіонів становить істотне зменшення ресурсного потенціалу АПК у зв'язку зі зниженням родючості ґрунтів, пришвидшеним вибуттям основних виробничих фондів без їх поповнення, згортанням виробництва у деяких галузях, деградацією системи насінництва і племінної справи. У такому контексті очевидна актуальність теми статті, що обумовлює її вибір.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Проблемам продовольчого ринку та продовольчої безпеки надана значна увага в сучасній економічній літературі. Зокрема, вони розглядаються в працях В. Бакум, Г. Балабанова, П. Борщевського, В. Євдокименко, В. Здоровик, Г. Чорного, В. Шкаберін та ін. Однак ще недостатньо сформульовані проблеми продовольчої безпеки регіону, існують протиріччя в розумінні та шляхах її забезпечення.

Основна **мета статті** полягає у розгляді проблем продовольчої безпеки регіону, виявленні зовнішніх і внутрішніх загроз для неї, а також виокремленні факторів підвищення продовольчої безпеки регіону в ринкових умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Важливою умовою вирішення проблем продовольчої безпеки є створення умов для ефективного функціонування продовольчого забезпечення регіону, що потребує комплексного вирішення і неможливе без тісної взаємодії державних та місцевих органів влади, які регулюють виробництво, переробку, розподіл і реалізацію продовольчих ресурсів, займаються питаннями контролю та якості продовольства.

Загалом продовольча безпека розглядається як складник економічної безпеки на різних рівнях (державному, міжнародному, регіональному).

Нинішній етап у розвитку нашої держави відповідно до глобалізаційних процесів у світі вимагає відповідної побудо-