

УДК 504.03:339.13:633.8
JEL Classification D40

Никитюк Юрій

к.с.-г.н., старший науковий співробітник
старший науковий співробітник лабораторії збалансованого природокористування
Інститут агроекології і природокористування НААН
м. Київ, Україна
E-mail: zdobuvach_naan@i.ua

РОЛЬ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ РИНКУ ЛІКАРСЬКОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

Анотація

Вступ. Одночасно із розвитком економічних відносин на території нашої країни посилюється вплив ринкових регуляторів на економічні відносини в сільськогосподарській сфері. Суб'єкти господарювання мають всі умови для виготовлення якісної лікарської рослинної сировини, що зумовлює необхідність теоретичного та нормативно-правового регулювання процесу виробництва для забезпечення сталого розвитку економіки.

Методи. Під час проведення дослідження використовувались такі загальнонаукові методи, як: аналіз та синтез, індукція та дедукція. Для вивчення впливу конкуренції на поведінку виробників використовувалися методи математичного моделювання, наукової абстракції.

Результати. Проведене дослідження дає можливість окреслити місце конкуренції на ринку лікарської рослинної сировини, визначити сучасний стан ринку та перспективні напрями його розвитку для забезпечення задоволення максимальної кількості потреб та сталого розвитку сільськогосподарської галузі.

Перспективи. За результатами дослідження сформовано основні кроки на шляху розвитку ринку лікарської рослинної сировини на території нашої країни. Визначено роль конкуренції на ринку та сформовано рекомендації щодо її раціонального використання у виробничому процесі.

Ключові слова: конкуренція, економіка, система, ринок, лікарські рослини, сировина.

Вступ.

Нині в нашій країні посилюються процеси відродження такої важливої галузі сільського господарства як виробництво лікарської рослинної сировини. Збільшення обсягів реалізації лікарських препаратів на основі лікарської рослинної сировини та зростання числа вітчизняних суб'єктів господарювання ще раз підкреслюють необхідність подальшого розвитку лікарського рослинництва для забезпечення сталого економічного розвитку країни. Разом зі здобуттям Україною незалежності, економіка почала трансформуватись у напрямі формування ринкових умов господарювання, що разом з великою кількістю переваг принесло у вітчизняні економічні відносини низку проблем.

Перш за все, змінився характер поведінки як споживачів, так і суб'єктів господарювання, з'явилося декілька виробників однотипної продукції, які почали боротись за платоспроможний попит, вивчати кон'юнктуру ринку, прагнути до максимізації прибутку. В результаті відсутності належного контролю відбулося розбалансування цін на сільськогосподарську продукцію та діяльності переробних підприємств. Ринковий механізм для свого належного функціонування потребує наявності певних регуляторів, які у взаємодії один з одним забезпечать задоволення максимальної кількості потреб кожного з суб'єктів економічних відносин. З огляду на це, виникає необхідність формування методології такого регулювання та забезпечення правильного вибору інструментів для аналізу управління економічними відносинами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Теоретичну основу функціонування ринкових економічних відносин, взаємодії попиту та пропозиції в процесі виробництва матеріальних благ, основу конкуренції детально розглядали в

своїх працях видатні зарубіжні та вітчизняні вчені. Неможливо обговорювати жодні економічні процеси, не зауваживши значення праць таких зарубіжних вчених, як Дж. Кейнс, Ф. Кене, Ф. Котлер, Р. Коуз, К. Маркс, А. Маршалл, В. Парето, М. Портер, П. Самуельсон, А. Сміт, Й. Шумпетер та інших. В наш час удосконаленням ринкових відносин у своїх дослідженнях приділяють увагу такі вітчизняні вчені, як: В.Ф. Беседін, В.В. Вітлінський, Б.Д. Гаврилишин, В.М. Геєць, Б.Й. Пасхавер, П.Т. Саблук, М.Г. Чумаченко, А.А. Чухно та інші.

Мета.

Дослідження економічних аспектів функціонування ринку лікарської рослинної сировини в Україні та визначення ролі конкуренції у розвитку економічних відносин на ринку лікарської рослинної сировини.

Методологія дослідження.

Під час проведення дослідження використовувались такі загальнонаукові методи, як: аналіз та синтез, індукція та дедукція. Для вивчення впливу конкуренції на поведінку виробників використовувалися методи математичного моделювання, наукової абстракції.

Результати.

В ситуаціях, коли пропозиція на певний вид продукції врівноважує платоспроможний попит, суб'єкти господарювання займають своє місце на ринку з впевненістю у реалізації виготовленої продукції. При цьому, виявляються недоступними деякі ринкові регулятори, до яких відноситься і конкуренція.

Конкуренція виникає тоді, коли пропозиція на конкретний вид продукції перевищує платоспроможний попит, і тоді товаровиробники вимушені боротися за прихильність споживача, аби мати можливість реалізувати виготовлену ними продукцію. Суб'єкти господарювання, які в процесі виробничої діяльності несуть більше витрат, намагатимуться реалізувати свій товар за вищою ціною. Проте, така продукція повинна зацікавити споживача, який не має бажання здійснювати необдумані витрати. Разом з тим, споживач готовий заплатити вищу ціну за продукцію вищої якості. З іншого боку, якщо суб'єкт господарювання виготовляє продукцію низької якості, він може привернути увагу споживачів, знизивши ціну на свою продукцію. Такі дії зі сторони товаровиробників, в загальному, і формуються під впливом конкуренції між виробниками однотипної продукції [1].

За ідеальних ринкових умов господарювання конкуренція стимулює товаровиробників до підвищення якості продукції, розширення виробництва, забезпечення технічного переоснащення та впровадження новітніх технологій, які забезпечать мінімізацію витрат, і як наслідок, підвищать привабливість продукції для кінцевих споживачів за рахунок зниження виробничої собівартості. Іншими словами, ідеальна конкуренція є стимулом до економічного розвитку суб'єктів господарювання.

На рис. 1. зображено залежність ціни на виготовлену продукцію від її якості та платоспроможного попиту. Рівноважна ціна реалізації знаходиться в тій точці, де виконується низка конкретних вимог, а саме: забезпечується максимальний рівень прибутку, а ціна реалізації співпадає з платоспроможним попитом.

При цьому, проекція цієї точки на пряму якості дасть нам показник оптимальної якості продукції. Виготовлення більш якісної продукції зменшить норму прибутку суб'єкта господарювання через значне збільшення собівартості одиниці продукції, що не знайде свого відображення в ціні реалізації, оскільки та буде наближена до максимальної цінності продукції (максимальна вартість, за якою споживачі готові придбати продукцію, не зважаючи на її якість). Якщо говорити про ринок лікарської рослинної сировини, то споживачами такої продукції є не фізичні особи, а суб'єкти господарювання, які займаються переробкою такої сировини, виробники ліків тощо, а вони, в свою

чергу, точно знають, яка максимальна ціна на лікарську сировину є для них припустима.

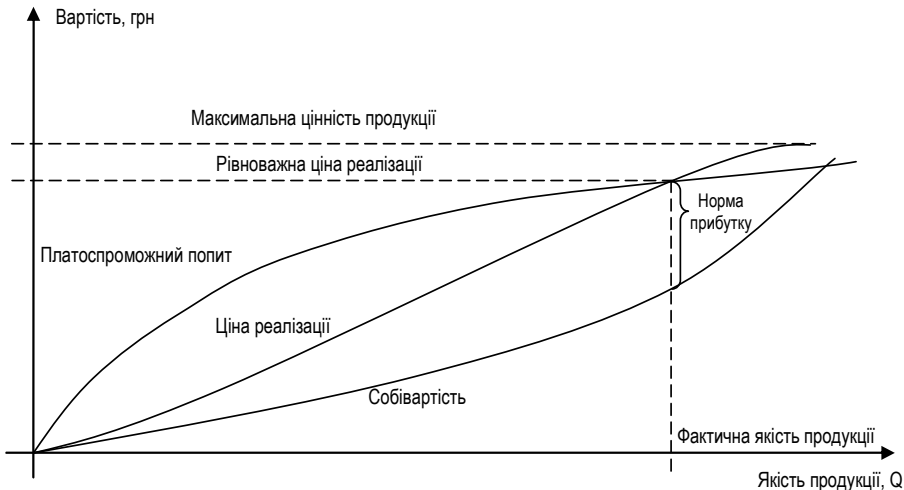


Рис. 1. Залежність ціни реалізації продукції від її якості та платоспроможного попиту*

*Джерело: [2, 3]

Крива платоспроможного попиту показує, скільки додаткової вартості готові оплатити споживачі внаслідок зростання якості продукції. Варто зазначити, що за умови поступового зростання якості продукції, платоспроможний попит також зростає, проте темпи його зростання зменшуються внаслідок наближення до межі максимальної цінності. Отже, рано чи пізно настає момент, коли подальше зростання якості продукції призводить до зменшення прибутків від реалізації такої продукції, що робить витрачання коштів на подальше підвищення якості нерациональним.

З рис. 1 виникає питання: якщо до рівноважної ціни реалізації платоспроможний попит вищий за ціну реалізації, чому підприємству, що виготовляє продукцію, не підняти ціну до рівня платоспроможного попиту і забезпечити собі норму прибутку, яка є вищою, ніж в точці рівноваги? Відповідь на це питання безпосередньо стосується конкуренції.

Крива ціни реалізації на рис. 1 відображає не остаточну ціну реалізації продукції, а ту ціну, за якої підприємство здатне досягнути запланованої норми прибутку для забезпечення нормального його функціонування протягом всього часу існування на ринку (згідно принципу безперервності).

Отже, якщо на ринку існуватиме декілька виробників однотипної продукції, і всі вони триматимуть ціну реалізації на рівні платоспроможного попиту, в конкурентній боротьбі одне із них зможе знизити ціну на свою продукцію, і за рахунок цього стати більш привабливим для споживачів. Відповідно, обсяги реалізації такої продукції зростуть, прибуток підприємства зростає, а інші підприємства будуть вимушені в результаті конкурентної боротьби також знизити ціни, аби втримати покупців, що знову ж таки приведе до ситуації, коли фактична ціна реалізації зможе забезпечити максимальну норму прибутку лише в точці рівноважної ціни.

Проте, на практиці існує спосіб, завдяки якому підприємства-виробники можуть підтримувати ціну реалізації на рівні платоспроможного попиту та отримувати надприбутки. Це можливо у випадку їх негласних домовленостей про те, що жоден з виробників не буде знижувати ціну реалізації. Таким чином, закони ринкової конкуренції перестають працювати і виконувати свої

функції.

Важливо розуміти, що досконала конкуренція вигідна не лише для товаровиробників, які забезпечують таким чином максимальну норму прибутку, а й споживачам готової продукції, які отримують продукцію високої якості за ціною в межах максимальної цінності такої продукції. Попри це, у товаровиробників залишаються економічні інструменти регулювання виробничого процесу зі збереженням рівня конкурентоспроможності.

Впровадження новітніх технологій у виробничий процес дозволить зменшити собівартість виробництва продукції зі збереженням, або навіть підвищенням її якості, що створить можливості для збільшення ціни на таку продукцію і, як наслідок, норми прибутку [4]. Або навпаки, зменшення виробничої собівартості дасть змогу товаровиробнику зменшити ціну, що збільшить обсяги реалізації та покращить фінансовий результат.

При цьому, за умов досконалої конкуренції зменшення рівня якості продукції (і як наслідок зменшення ціни) не завжди дають змогу збільшити попит на продукцію, оскільки збільшення розриву між ціною реалізації та цінністю продукції підштовхує споживачів до придбання більш якісної продукції навіть за вищу вартість. Особливо це актуально для ринку лікарської рослинної сировини.

На практиці жоден із виробників лікарської рослинної сировини на території нашої країни не володіє і не може володіти інформацією щодо виробничого процесу своїх безпосередніх конкурентів з огляду на їх велику кількість, розосередженість у просторі, комерційну таємницю. Тому ні виробники лікарської рослинної сировини, ні її споживачі не можуть взаємодіяти на засадах досконалої конкуренції. Проте, це не означає, що ринкові регулятори не діють. Навпаки, кінцева споживча цінність продукції та її вартісні характеристики визначаються безпосередньо на ринку в момент купівлі-продажу.

За умови, що ціна готової продукції формується вже на ринку, підприємства-виробники лікарської рослинної сировини з метою отримання конкурентних переваг можуть впливати лише на якість продукції та на її собівартість. Варто зауважити, що ці показники взаємопов'язані, проте не ідентичні. Виробники лікарської рослинної сировини можуть зменшити собівартість одиниці продукції без зниження її якості декількома шляхами: модернізація виробничих активів; збільшення обсягів виробництва; зменшення невиробничих витрат тощо.

Таким чином, досконала конкуренція як особливий ринковий механізм стимулює суб'єкти господарювання не до боротьби між собою, що не принесе жодних позитивних наслідків як для самих суб'єктів, так і для ринку в цілому, а до посилення підприємствами свого становища на ринку шляхом модернізації виробництва, раціоналізації витрат та поліпшення умов господарської діяльності без погіршення якості готової продукції [3].

Про досконалу конкуренцію на ринку лікарської рослинної сировини було сказано вище, а от іншим видам конкуренції потрібно приділити більше уваги.

Як зазначається в табл. 1, монополістична конкуренція передбачає існування на ринку лікарської рослинної сировини достатньо великої кількості виробників, які пропонують ідентичну продукцію, але з «унікальними» відмінностями, які не дають змоги споживачам замінити одну продукцію іншою. Відмінності, які лягають в основу такої «унікальності», бувають реальними та вигаданими [3].

До реальних відмінностей можна віднести особливості фізичних параметрів: якість готової продукції, сировина та матеріали, функціональні особливості, зовнішній вигляд тощо. На ринку лікарської рослинної сировини важко створити продукт, який буде фізично відрізнятися від своїх конкурентів, оскільки лікарська сировина повинна відповідати жорстким вимогам щодо якості та функціональних особливостей. До таких відмінностей також відносяться наявність та якість післяреалізаційного обслуговування, можливості оплати, зручність та вартість доставки продукції до споживача.

Проте, часто таких відмінностей буває недостатньо, тому виробники лікарської рослинної

сировини додатково створюють так звані вигадані відмінності за допомогою рекламних та інших способів стимулювання збуту, розробки привабливого дизайну упаковки, використання знаків якості, товарних знаків та інших позначок, які здатні привернути увагу споживачів.

Таблиця 1

Види конкуренції на ринку лікарської рослинної сировини*

Вид конкуренції	Переваги	Недоліки
Досконала	Дає змогу справедливо врівноважити господарську діяльність на території країни, стимулює виробників лікарської рослинної сировини до підвищення якості готової продукції	На практиці недосяжна, оскільки передбачає, що всі учасники ринку (виробники, посередники та споживачі) знають всю інформацію про решту учасників ринку. Повністю нівелює маркетингові стратегії, оскільки споживачі при виборі продукції опираються виключно на якість та ціну
Монополістична	На ринку присутня велика кількість виробників, немає перепон для входу нових виробників на ринок.	Такий вид конкуренції передбачає існування на ринку «унікальної» продукції у кожного з виробників. Оскільки продукція одного виробника не є заміною продукції іншого, цінова конкуренція не діє, а споживач у своєму виборі опирається на маркетингову інформацію чи власний досвід. Основними покупцями лікарської рослинної сировини є суб'єкти господарювання, а щодо самої продукції існують жорсткі рамки стосовно форми та якості, тому монополістична конкуренція не здатна в належній мірі регулювати ринок лікарської рослинної сировини.
Олігополія	На ринку присутня невелика кількість великих виробників, існують жорсткі умови входу на ринок, що перешкоджає появі неякісної продукції або продукції із завищеною вартістю.	Виробництво лікарської рослинної сировини відноситься до такого типу виробництва, коли збільшення його обсягів зменшує собівартість одиниці продукції. Але великим підприємствам потрібно захопити значну частку ринку, щоб продовжувати свою діяльність. Тому виникають ризики негласних домовленостей між учасниками ринку, що перешкоджає роботі ринкових регуляторів, до яких входить і конкуренція.
Чиста монополія	Присутність на ринку одного виробника, діяльність якого легко регулювати. На ринку лікарської рослинної сировини (де якість продукції має визначну роль) таким виробником може бути держава.	Світовий досвід демонструє безперечні переваги ринкового регулювання перед адміністративним. Відсутність впливу конкуренції та інших ринкових регуляторів повністю позбавляє галузь стимулу до розвитку та удосконалення.

*Джерело: розробка автора

В нашій країні монополістична конкуренція спостерігається майже у всіх галузях, в тому числі і на ринку лікарської рослинної сировини. Виробники тягнуть до захоплення більшої частки ринку, використовуючи для цього реальні та вигадані особливості своєї продукції, змінюють підходи до самого виробництва з метою зменшення собівартості, що може вплинути на якість кінцевого продукту. Тому з боку держави сформований регулятор, який встановлює допустиму якість продукції, що надзвичайно важливо на ринку лікарської рослинної сировини. Таке регулювання обмежує дію ринкової конкуренції, але забезпечує відсутність на ринку продукції низької якості, яка не відповідає встановленим стандартам та вимогам. Це приводить до виникнення наступного виду конкуренції на ринку лікарської рослинної сировини – до олігополії.

Олігополія – це вид конкуренції, який характеризується наявністю декількох виробників на

ринку. Зазвичай, олігополія виникає в тих галузях, де зменшення собівартості продукції можливо досягнути завдяки збільшенню обсягів реалізації, до яких відноситься і виробництво лікарської рослинної сировини [5].

Головною перевагою олігополії є наявність стандартизації готової продукції на ринку, а це означає, що невеликі фірми, які не в змозі виробляти якісну продукцію за низькими цінами, не будуть з'являтися на ринку, що надзвичайно важливо, коли мова йде про лікарську сировину.

Проте, олігополія має низку недоліків. Перш за все, це стосується тіньових домовленостей між підприємствами-виробниками лікарської рослинної сировини. Одночасне збільшення реалізаційної ціни є вигідним для всіх виробників, оскільки частка ринку для кожного з них в цьому випадку не зміниться, що призведе до зростання обсягу прибутків. Виробники мають можливість піднімати реалізаційну ціну до того рівня, поки не буде перевищена максимальна цінність продукції. Не варто забувати, що виробникам потрібно одночасно підтримувати і високі показники реалізації продукції, які неодмінно знизяться при підвищенні ціни.

Ще одним важливим, проте майже недосяжним видом конкуренції на ринку лікарської рослинної сировини є абсолютна монополія, коли на ринку існує лише один виробник даного виду продукції. Такий вид ринкових відносин вже продемонстрував свою низьку ефективність через відсутність умов для розвитку галузі та економіки в цілому. Зазвичай, абсолютна монополія існує в тих галузях, де наявність двох або більшої кількості конкурентів створює більше проблем, ніж отримується перевага (наприклад, організація залізничних перевезень, забезпечення електро-, водото газопостачання тощо). В галузі сільськогосподарського виробництва абсолютна монополія непотрібна, оскільки існують механізми сертифікації, які не дають можливості потрапити на ринок лікарської рослинної сировини продукції, яка не відповідає встановленим вимогам та неналежної якості.

Потрібно також враховувати, що ринкові регулятори діють не лише в процесі виробництва лікарської рослинної сировини. На шляху від виробництва до споживання лікарська сировина проходить етап транспортування. Загальновідомо, що ефективно потужне виробництво здатне забезпечити ринок великою кількістю продукції для великої кількості споживачів. Проте, укладати угоди, письмові або усні, окремо з кожним споживачем для товаровиробників неефективно і практично неможливо [6]. Тому на будь-якому ринку існують посередники, які здійснюють вагомий вплив на всі ринкові регулятори, в тому числі і на конкуренцію.

Наявність посередників на шляху руху продукції призводить до збільшення ціни, за яку цю продукцію придбають кінцеві споживачі. Це означає, що виробники лікарської рослинної сировини недоотримують частину прибутків, а кінцевий споживач вимушений переплачувати. Проте, виробники звертаються до торгових посередників частіше, ніж налагоджують власну систему збуту, оскільки таким чином можна продавати продукцію великими партіями та отримувати виручку одразу, що є значною перевагою в сучасній економічній ситуації [7].

З іншого боку, посередники мають істотний вплив на ринкові регулятори і можуть спотворювати пропозицію, штучно завищуючи ціни на продукцію для збільшення власної прибутковості. Нерідко трапляються випадки, коли виробники не мають достатньо достовірної інформації про кон'юнктуру внутрішнього і світового ринків, що змушує звертатись до торгових посередників та реалізовувати свою продукцію за заниженими цінами [8].

Тому підприємствам-виробникам лікарської рослинної сировини варто звернути більшу увагу на побудову власної мережі збуту. Враховуючи, що основними покупцями лікарських рослин є переробні підприємства, заключення прямих контрактів з ними дасть змогу не лише зменшити ціну для кінцевого споживача, а й створити конкурентоспроможну продукцію, яка буде поширюватись на міжнародному ринку. За таких умов вибудовуються не лише відкриті, добросовісні відносини між виробниками та покупцями, а й забезпечується вихід на ринок якісної та доступної продукції, що у випадку з лікарськими рослинами є запорукою збалансованого розвитку даної сільськогосподарської галузі та економіки в цілому. Окрім цього, прямі відносини між виробником та

покупцем дають змогу в повній мірі задіяти ринкові регулятори, в тому числі і конкуренцію.

Висновки і перспективи.

Наша країна має усі передумови для забезпечення ефективного вирощування лікарських рослин. Розвиток ринку лікарської рослинної сировини на території України дасть змогу не лише налагодити вітчизняне виробництво, створити нові робочі місця, а й забезпечити притік інвестицій в сільськогосподарську сферу та досягнути сталого економічного розвитку галузі та країни в цілому.

Для ефективного використання конкуренції для розвитку ринку лікарської рослинної сировини, потрібно передбачити наступні елементи державної політики в цій сфері:

1. Посилення конкуренції в підприємницькому секторі економіки за допомогою приватизації державних підприємств, підтримки малого та середнього бізнесу, розширення ринкової інфраструктури в сільськогосподарській галузі;

2. Розширити нормативно-правове та організаційне забезпечення державного контролю за якістю продукції, захист ринку лікарської рослинної сировини від появи монополіста;

3. Удосконалення методів фінансового забезпечення розвитку підприємств сільськогосподарської галузі через розширення системи оподаткування, та надання кредитів на пільгових умовах;

4. Регулювання експорту та імпорту лікарської рослинної сировини шляхом квотування та ліцензування, надання пільг, удосконалення митного законодавства;

5. Забезпечення високої якості продукції шляхом обов'язкової стандартизації та сертифікації продукції.

6. Створення умов для розвитку вітчизняних виробників, заохочення до модернізації виробничого обладнання, мінімізації додаткових витрат тощо.

Не варто забувати, що розвиток ринку лікарської рослинної сировини залежить не лише від державної політики, а й від дій самого суб'єкта господарювання. Підприємства-виробники сільськогосподарської продукції повинні раціонально застосовувати ринкові механізми в своїй діяльності, в тому числі і конкуренцію.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства / [Горбонос Ф.В., Черевко Г.В., Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О.]. К. : Знання, 2010. 463 с.
2. Никитюк Ю.А. Інституціональні засади аналізу функціонування ринку лікарських рослин / Ю.А. Никитюк // АгроСвіт. 2015. № 7. С. 8–12.
3. Павленчик Н.Ф. Ринок сільськогосподарської продукції: методологічні та методичні основи формування і функціонування: монографія / Н.Ф. Павленчик. Львів: Ліга-Прес, 2014. 392 с.
4. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія / І.Б. Яців. Львів : Укр. бестелер, 2013. 427 с.
5. Шкуратов О.І. Методологічні основи формування системи екологічної безпеки в аграрному секторі економіки / О.І. Шкуратов // Збалансоване природокористування. 2016. № 1. С. 153–158.
6. Горбонос Ф.В. Функціонування елементів інфраструктури на ринку сільськогосподарської продукції / Ф.В. Горбонос, Н.Ф. Павленчик, І.О. Корчинський // Шляхи підвищення ефективності використання агроресурсного потенціалу : матеріали міжнар. наук.-практ. форуму, 23-25 верес. 2009 р. Львів : ЛНАУ, 2009. С. 31-39
7. Ткач А.А. Інституціональна економіка. Нова інституціональна економічна теорія: навч. посібник / А.А. Ткач. К.: Центр учбової літератури, 2007. 304 с.
8. Іванух Р.А. Аграрна економіка і ринок / Р.А. Іванух, С.Л. Дусановський, Є.М. Білан. Тернопіль : Екон. думка, 2003. 256 с.

Статтю отримано: 24.01.2017 / Рецензування 21.02.2017 / Прийнято до друку: 27.02.2017

Nykytyuk Yuriy

Ph.D. (in Agrculture), Senior Research Fellow, Senior Research Fellow,
Laboratory of Balanced Nature
Institute of Agroecology and Environmental Management of NAAS of Ukraine
Kyiv, Ukraine
E-mail: zdobuvach_naan@i.ua

THE ROLE OF COMPETITION IN THE EFFICIENT FUNCTIONING OF MEDICINAL HERBS MARKET

Abstract

Introduction. Influence of market regulators on economic relations is growing in the agricultural sector along with the development of economic relations in our country. Entities have all conditions to produce high-quality medicinal plants, which provide the necessity of development of theoretical and legal regulation of the production process to ensure sustainable economic development.

Methods. The following general scientific methods are used during the research, such as: analysis and synthesis, induction and deduction. The methods of mathematical modeling and abstraction are used to research the impact of competition on the behavior of producers.

Results. This research makes it possible to define the role of competition in the medicinal plants market. The current state of the market and future directions of its development is defined to ensure that the maximum number of needs and sustainable development of the agricultural sector.

Discussion. The basic steps in perspectives directions are defined on the medicinal plants market development in our country. The role of competition in the market and generated recommendations for its sustainable use in the production process is defined.

Keywords: competition, economy system, market, herbs, raw.

References

1. Gorbonos, F.V., Cherevko, G.V., Pavlenchuk, N.F., & Pavlenchuk, A.O. (2010). *Ekonomika pidpryjemstva* [Business Economic]. Kyiv, Ukraine: Knowledge.
2. Nykytyuk, Ju.A. (2015). Instytucjonal'ni zasady analizu funkcionuvannja rynku likars'kyh roslyn [Institutional Analysis Principles of the medicinal plants functioning]. *AgroWorld*, 7, 8–12.
3. Pavlenchuk, N.F. (2014). *Rynok sil's'kogospodars'koi produkcii: metodologichni ta metodychni osnovy formuvannja i funkcionuvannja: monografija* [Market of agricultural products: methodological and methodical bases of formation and functioning: Monograph]. Lviv, Ukraine: Liha-Pres.
4. Jaciv, I.B. (2013). *Konkurentospromozhnist' sil's'kogospodars'kyh pidpryjemstv : monografija* [The competitiveness of agricultural enterprises: Monograph]. Lviv, Ukraine: Ukr. besteler.
5. Shkuratov, O.I. (2016). Metodologichni osnovy formuvannja systemy ekologichnoi bezpeky v agramomu sektori ekonomiky [Methodological guidelines for the development of the system of ecological safety in the agricultural sector]. *Balanced environmental management*, 1, 153–158.
6. Gorbonos, F.V., Pavlenchuk, N.F., & Korchynskiy, I.O. (2009). *The functioning of infrastructure elements on agricultural products market*. Proceeding of international forum. Ways to improve efficiency of agrosresource potential. Lviv (Ukraine), 31-39.
7. Tkach, A.A. (2007). *Instytucjonal'na ekonomika. Nova instytucjonal'na ekonomichna teorija* [Institutional Economics. New institutional economic theory]. Kyiv, Ukraine : Center of educational literature.
8. Ivanuh, R.A., Dusanovs'kyj, S.L., & Bilan, J.M. (2003). *Agrarna ekonomika i rynok* [Agricultural economics and market]. Ternopil, Ukraine : Ekonomichna dumka.

Received: 01.24.2017 / Review 02.21.2017 / Accepted 02.27.2017

