

ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ
І МАРКЕТИНГУ



TECHNOLOGIES OF
MANAGEMENT AND MARKETING

УДК 631.115.1
JEL Classification Q12

Корчинська Олена

д.е.н., доцент, с.н.с, завідувач кафедри маркетингу
Академія праці, соціальних відносин і туризму
м. Київ, Україна

E-mail: helenk@meta.ua

Голубєв Андрій

аспірант кафедри економіки та управління підприємствами
Академія праці, соціальних відносин і туризму
м. Київ, Україна

E-mail: Zvit.zav@gmail.com

МАРКЕТИНГОВІ ПОЛЬОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Анотація

Вступ. Реформування аграрного сектора економіки України привело до формування багатоманітних форм господарюючих суб'єктів, заснованих на приватній власності й принципах економічної самостійності. Одним з напрямів структурної перебудови сільського господарства є формування фермерських господарств, які виконують певну роль в системі агробізнесу, роблять свій внесок у формування конкурентоздатного аграрного сектора і виробництво сільгосппродукції.

Метою статті є аналіз результатів проведеного вибіркового опитування фермерів та виявлення загальних тенденцій, що визначають поведінку фермерів як суб'єктів (гравців) на ринку сільськогосподарської продукції.

Методи. При проведенні дослідження застосовувались як загальноприйняті методи дослідження: діалектичний, монографічний метод, абстрактно-логічний, метод наукового узагальнення, так і специфічні методи статистичної та маркетингової обробки інформації.

Результати. У статті представлені результати вибіркового опитування фермерів Васильківського району Київської області. Охарактеризовані чинники, що визначають успішність підприємницької діяльності фермерів, і виявлені перешкоди, що гальмують розвиток фермерства в Україні. Оцінено перспективи розвитку фермерських господарств та окреслено заходи, які слід вживати на мікро- і макrorівнях з метою формування сприятливого середовища для комерційної діяльності фермерських господарств.

Перспективи. Подальші дослідження планується проводити стосовно оцінки більш активного впровадження сучасних інформаційних технологій у комерційну діяльність фермерів, включаючи розвиток електронної комерції, а також застосування ефективних маркетингових стратегій збуту.

Ключові слова: фермерство, комерційна діяльність, канали збуту, сільськогосподарська продукція, маркетингові дослідження

Вступ.

Фермерські господарства в Україні стали активно розвиватися на початку 90-х років минулого століття. Так, якщо в 1990 році було зареєстровано лише 82 таких господарства, які в своєму користуванні мали 2 тис. га сільськогосподарських угідь, то за п'ять років поспіль їх чисельність зросла до 34,8 тисяч, а угіддя в їх використанні збільшилися до 786,4 тис. га. За підсумками 2016 року кількість зареєстрованих фермерських господарств в Україні становила 3373 тис.од., що дорівнює 71% від загальної кількості сільськогосподарських підприємств країни.

Внесок фермерських господарств у виробництво валової продукції сільського господарства поки що незначний. Проте у період 2000-2015 рр. спостерігалися певні позитивні зрушення. Так, за даний період частка виробництва сільськогосподарської продукції фермерських господарств в загальних обсягах виробництва збільшилась із 2,1 до 7,9%, в тому числі, продукція рослинництва – з 3,1 до 10,4%, тваринництва – з 0,4 до 1,9%. Позитивною на наш погляд, є також тенденція зростання обсягів виробництва валової продукції у розрахунку на одне фермерське господарство. За останні 15 років цей показник збільшився більш, ніж у 7 разів.

Наразі фермерські господарства за результатами своєї діяльності у 2015 р., нарощуючи з року в рік валове виробництво продукції та підвищуючи її ефективність, загалом додатково отримали чистого доходу (виручка від реалізації продукції) 1699,3 млн.грн. або у 2,54 рази більше, ніж у 2010 р.

Для повного розуміння особливостей функціонування фермерських господарств та здійснення ними комерційної діяльності поряд з аналізом загальностатистичних даних щодо їх діяльності варто використати такий інструмент, як маркетингове дослідження, зокрема вибіркоче опитування самих фермерів, що дає змогу виявити та оцінити проблеми функціонування фермерських господарств із середини, подивитися на проблеми, труднощі та перспективи їх комерційної діяльності з позиції самих фермерів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Теорія, методологія та практика становлення і функціонування фермерських господарств у процесі ринкових перетворень в аграрній економіці знайшли своє відображення у наукових працях багатьох авторів, зокрема: І.В. Беззуба [1], В. П. Горьового [2], А.Г. Задорожнікова [3], А.С. Мохненко [5] та інших вчених. Вагомий внесок у вивчення цієї теми зробили також Л.В. Корнілов [4], Л.О. Вдовенко [6], Т.М. Мараховська [6], П.М. Макаренко [7], Л.Л. Мельник [8], Ю.О. Махортова [9], В.Л. Дмитренко [9] та інші.

Незважаючи на значну кількість досліджень з цієї теми, залишаються аспекти, які потребують подальшого дослідження, зокрема виявлення думки самих фермерів щодо сучасного стану та перспектив розвитку їх комерційної діяльності.

Мета.

Метою статті є аналіз результатів проведеного вибіркового опитування фермерів та виявлення загальних тенденцій, що визначають поведінку фермерів як суб'єктів (гравців) на ринку сільськогосподарської продукції.

Методологія дослідження.

При проведенні дослідження застосовувались як загальноприйняті методи дослідження: діалектичний, монографічний метод, абстрактно-логічний, метод наукового узагальнення, так і специфічні методи статистичної та маркетингової обробки інформації.

Результати.

Восени 2017 р. нами було проведено опитування фермерів Васильківського району Київської області з метою аналізу комерційної діяльності фермерів зі збуту виробленої ними

сільськогосподарської продукції, а також виявлення проблем, що виникають у даній сфері. Всього в опитуванні прийняло участь 50 фермерів віком від 35 до 77 років.

Звичайно дане анкетування не можна вважати завершеним статистично репрезентативним дослідженням, але воно дає можливість виявити думки фермерів щодо перспектив розвитку комерційної діяльності суб'єктів господарювання фермерського типу та окреслити загальні тенденції.

Анкета містила 17 запитань, на які фермери відповідали анонімно протягом 10 – 15 хвилин.

Перші два запитання стосувалися загальної площі сільськогосподарських угідь у господарстві, у тому числі ріллі. За результатами опитування підрахована загальна площа сільськогосподарських угідь та ріллі у господарствах, яка становить 2060 га, у тому числі 1895 га ріллі. В середньому на одне господарство припадає 41,2 га сільськогосподарських угідь, у тому числі 37,9 га ріллі.

Третє питання стосувалося площі орендованих угідь. Серед 50 фермерських господарств 16 господарств (32%) взяли сільськогосподарські угіддя в оренду. Загальна площа орендованих угідь становить 1244,8 га, тобто 77,8 га у розрахунку на одне фермерське господарство.

Четвертим питанням ставилось за мету з'ясувати, яка спеціалізація фермерського господарства. Переважна більшість фермерів (94%) займається лише рослинництвом. Лише 3 господарства з 50 (що становить 6%) вказали, що виробляють тваринницьку продукцію.

У п'ятому запитанні фермери повинні були вказати площу та урожайність основних сільськогосподарських культур, що вирощувалися у господарстві за останні роки. Переважна більшість посівної площі відводиться фермерами під зернові культури – 1023 га (54%), у тому числі 33% припадає на озимі зернові. На другому місці технічні культури – 625 га (33%). Серед технічних культур найбільша питома вага припадає на посіви сої – 18%. На картоплю та овочі фермери відводять 13% посівної площі.

Результати опитування респондентів щодо посівної площі та урожайності сільськогосподарських культур представлені у наступній таблиці 1.

Таблиця 1

Посівна площа та урожайність основних сільськогосподарських культур у фермерських господарствах Васильківського району Київської області у 2017 р.*

Сільськогосподарська культура	Посівна площа, га	Середня урожайність, ц/га
Озима пшениця	425	29,5
Ячмінь	109	28,8
Жито	107	23,0
Овес	89	34,5
Соняшник	61	22,7
Соя	341	20,9
Кукурудза	109	51,7
Просо	94	30,1
Цукрові буряки	108	310,5
Ріпак	115	19,8
Гречка	51	16,5
Горох	49	24,2
Картопля	190	239,0
Морква	33	196,6
Цибуля	13	181,2
Гарбуз	10	253,0

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Наступне питання стосувалося основних каналів збуту виробленої сільськогосподарської продукції. Як показав аналіз відповідей на дане питання, більшість фермерів реалізує зерно посередницьким комерційним структурам (71,2%). На другому місці продаж зерна переробним

підприємствам (13%). У рахунок оплати праці використовується 9% обсягів даного виду продукції, на ринку роздрібної торгівлі реалізується незначна кількість зерна (лише 0,5%). На інші канали збуту, зокрема товарні біржі, припадає близько 6 відсотків даної продукції (рис. 1).

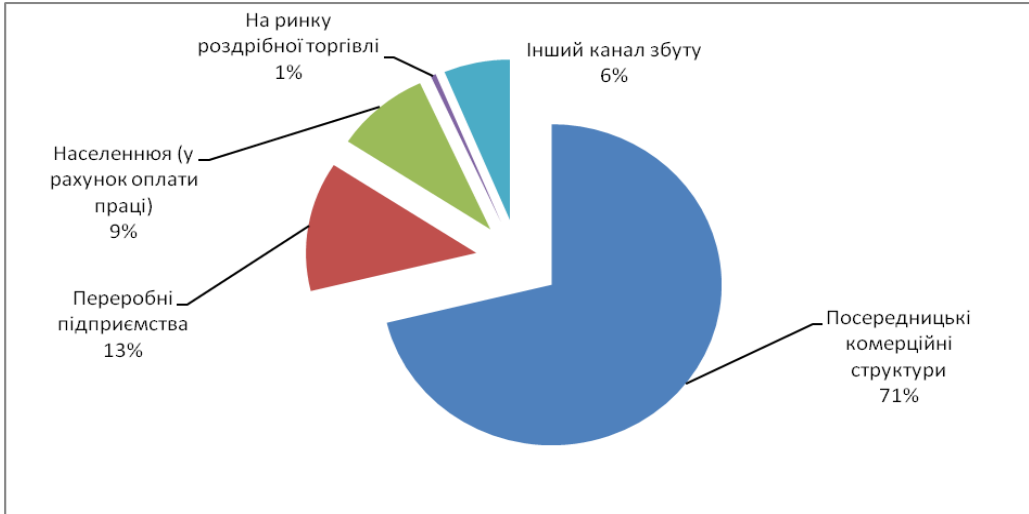


Рис. 1. Структура каналів збуту зерна фермерами Васильківського району Київської області*

**Джерело: розраховано авторами за даними опитування*

М'ясо фермери в останні роки реалізують переважно через посередників. Питома вага даного каналу реалізації становить 55%. Переробним підприємствам фермери продають лише 13% даної продукції (рис. 2).

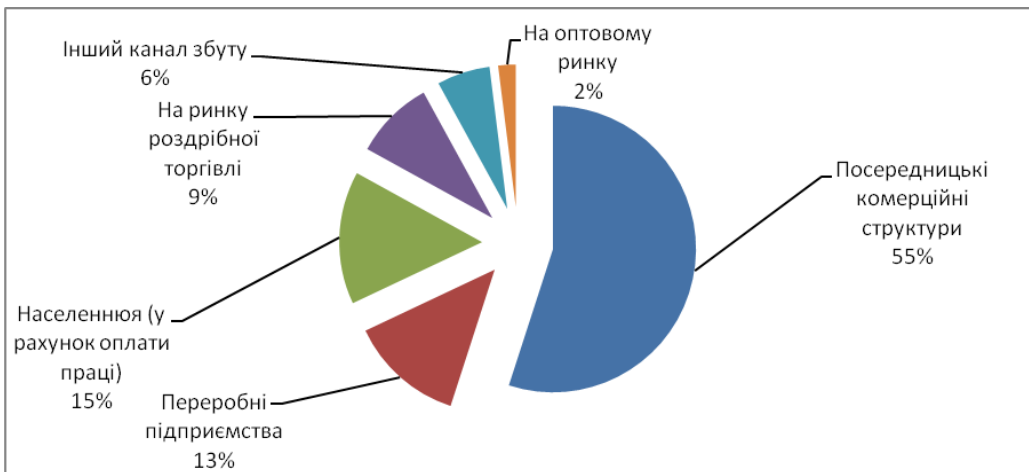


Рис. 2. Структура каналів збуту м'яса фермерами Васильківського району Київської області*

**Джерело: розраховано авторами за даними опитування*

Молоко ж, навпаки, реалізується переважно через переробні підприємства (72%) і лише 1 відсоток – через посередників (оптовиків). Як відмічають фермери, в останні роки збільшуються обсяги закупівлі молока у фермерів закладами громадського харчування та супермаркетами (рис. 3).

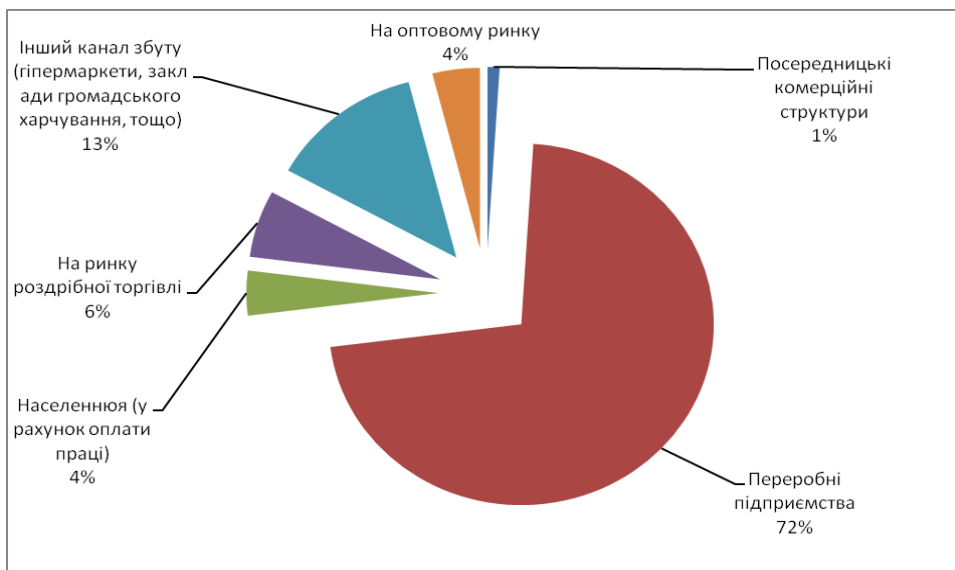


Рис. 3. Структура каналів збуту молока фермерами Васильківського району Київської області*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Основним каналом збуту цукрових буряків, вирощених фермерами, є переробні підприємства, частка яких становить 75%, далі йдуть посередники – 12% і населення (у рахунок оплати праці) – 3% (рис. 4).

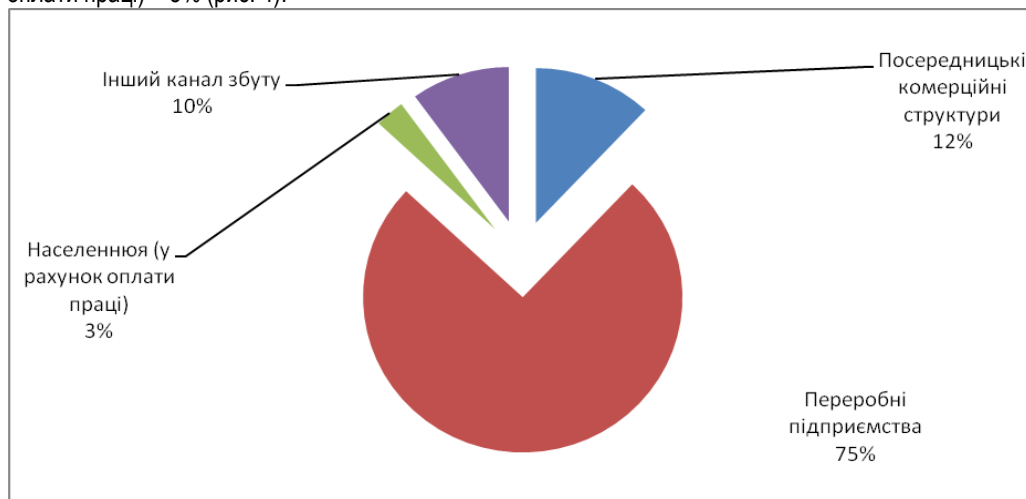


Рис. 4. Структура каналів збуту цукрових буряків фермерами Васильківського району Київської області*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Овочі реалізуються по різних каналах, у тому числі називалися ресторани, заклади громадського харчування, гіпермаркети, проте їх частка становить лише 2%. Основним каналом збуту овочів є посередники – оптовики, на другому місці – переробні підприємства, на третьому – ринок роздрібно торгівлі (рис. 5).

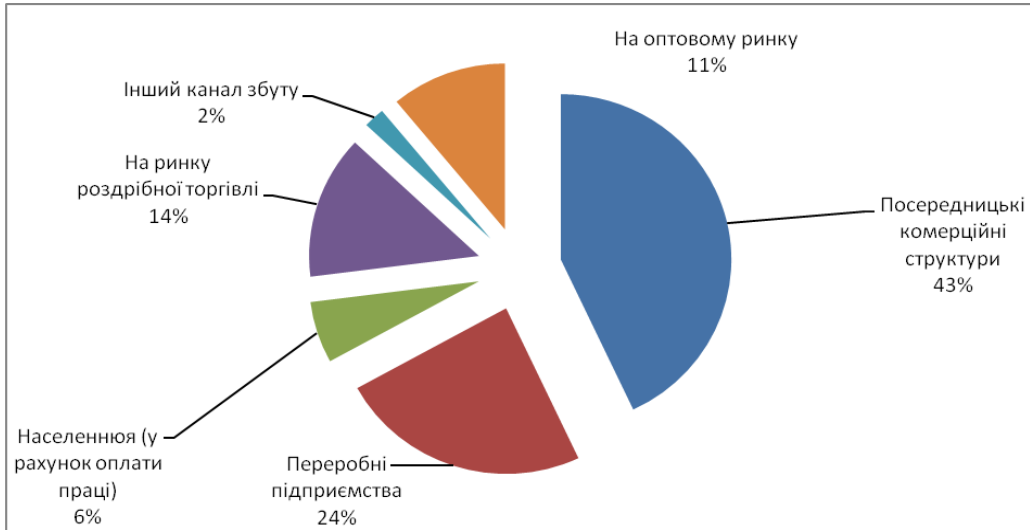


Рис. 5. Структура каналів збуту овочів фермерами Васильківського району Київської області*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

На запитання «Якими критеріями Ви користуєтесь при виборі даних каналів збуту» більшість фермерів (57%) відповіли – «є досвід застосування даного каналу збуту». Відповідь «немає інших альтернатив» була зазначена 42% респондентів. Відповідь «прийнятні ціни» була відмічена 12 фермерами (23%), а відповідь «територіальною близькістю ринку збуту» – 10 фермерами (20%) (рис. 6). Оскільки можна було вибрати декілька варіантів відповідей, то сумарна кількість процентів по всіх пунктах відповідей більша за 100%.

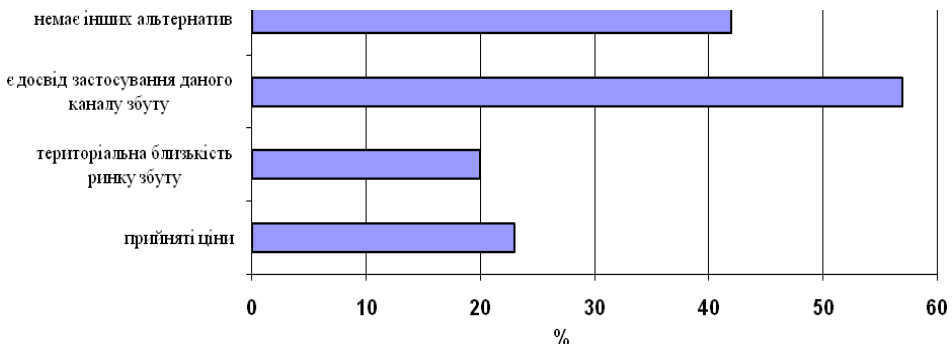


Рис. 6. Основні критерії, які впливають на вибір каналу збуту сільськогосподарської продукції фермерами, та їх частка*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Більшість фермерів не користується послугами банків. Лише 27% респондентів дали позитивну відповідь на питання «Чи користуєтесь Ви послугами банків».

У дев'ятому запитанні ми попросили фермерів зазначити, чи користуються вони Інтернетом і з якою метою. Майже всі фермери (96%) відповіли «Так». Основна мета, з якою фермери користуються світовою комп'ютерною мережею, є отримання інформації. Це зазначили всі фермери, які користуються Інтернетом. Чверть фермерів користується Інтернетом і для виробничих цілей. Майже така ж кількість фермерів використовує Інтернет також для спілкування і розваг (рис. 7).

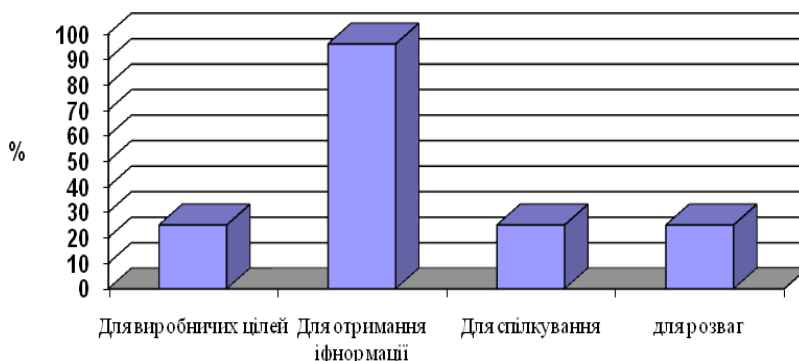


Рис. 7. Основні цілі, для досягнення яких фермери користуються Інтернетом*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Наступне запитання, побудоване у вигляді шкали Лайкерта, ставило за мету з'ясувати ступінь згоди фермерів із твердженням, що «Фермерство в Україні має хороші перспективи розвитку». Більшість фермерів позитивно оцінюють перспективи розвитку своєї діяльності. Так, 65 відсотків респондентів повністю (17%) чи частково (48%) згодні з даним твердженням. Водночас 16 відсотків фермерів не бачать перспектив для розвитку фермерства в Україні, а 19 відсотків не впевнені щодо позитивних зрушень і обрали варіант «скоріше «ні», ніж так» (рис. 8).

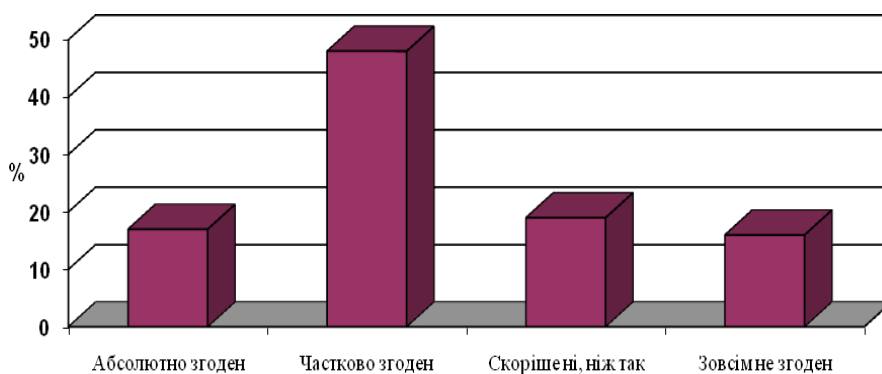


Рис. 8. Ступінь згоди респондентів із твердженням «Фермерство в Україні має хороші перспективи розвитку»*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Наступним питанням потрібно було виявити основні перешкоди, що стримують розвиток вітчизняного фермерства. За результатами опитування маємо наступне. Найбільш значимою перешкодою на шляху розвитку фермерства є нестабільна економічна ситуація. 46 респондентів (92%) поставили цю перешкоду на перше місце. На друге місце 96 відсотків респондентів поставили несприятливу податкову політику. Третє місце, на думку фермерів, займає несприятлива політична ситуація. Проблеми з організацією ринків збуту сільськогосподарської продукції також входять у топ-п'ятірку основних перешкод на шляху розвитку фермерства в Україні. Слід зазначити, що найменшою мірою впливає на розвиток фермерства, на думку опитуваних, відсутність повноцінного ринку землі сільськогосподарського призначення (табл. 2).

Таблиця 2

Ранжування основних перешкод на шляху розвитку фермерства в Україні*

Основні перешкоди	Ранг	Відсоток фермерів, що так вважають
Нестабільна економічна ситуація	1	92
Несприятлива податкова політика	2	96
Несприятлива політична ситуація	3	94
Недосконале правове забезпечення	4	94
Проблеми з організацією ринків збуту сільськогосподарської продукції	5	86
Несприятливі умови для отримання банківського кредиту	6	88
Коруптованість в органах влади	7	90
Негативна громадська думка	8	92
Відсутність повноцінного ринку землі сільськогосподарського призначення	9	94

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

З метою здійснення кількісної оцінки ступеня узгодженості думок респондентів щодо рангу основних перешкод нами був розрахований коефіцієнт конкордації Кендалла за наступною формулою:

$$W = \frac{12S}{m^2 \times (n^3 - n)}, \quad (1)$$

де m- число експертів;

n- число факторів;

S – сума квадратів різниць рангів (відхилень від середнього).

У нашому випадку S = 708802, m=50, n = 9.

Підставивши ці значення у формулу (2.1), отримаємо значення коефіцієнта конкордації

$$W = \frac{12 \times 708802}{50^2 \times (729 - 9)} = 4,7 \cdot$$

Оскільки $W > 0,6$, то узгодженість думок експертів досить сильна. Таким чином, можна вважати, що думки респондентів є узгодженими і переважно співпадають в оцінці значимості перешкод на шляху розвитку фермерства.

В дванадцятому запитанні ми просили фермерів оцінити рівень державної підтримки фермерів щодо організації збуту сільськогосподарської продукції.

На думку респондентів, регулятивні заходи держави не мають позитивного впливу на комерційну діяльність фермерів і не забезпечують належного розвитку фермерських господарств. Тому половина респондентів оцінили державну підтримку лише на один (2%) чи два бали (48%), 43 відсотка – три бали, і 7 відсотків фермерів вважають, що державна підтримка заслуговує оцінки «4». Жоден з фермерів не поставив максимальної оцінки у п'ять балів за рівень державної підтримки комерційної діяльності фермерів зі збуту сільськогосподарської продукції. Таким чином, середня оцінка регулятивних заходів держави становить 2,55 бали з 5-ти максимальних.

У тринадцятому запитанні необхідно було вказати основні джерела отримання сільськогосподарської інформації та знань. Відповіді розподілилися таким чином: 53% респондентів

отримують таку інформацію, консультуючись у спеціалістів, 38% – через засоби масової інформації, 48% – у спеціальній літературі, 30% – через Інтернет, 32% – на сільськогосподарських виставках, 16% – на курсах підвищення кваліфікації, 16% – на семінарах, конференціях та круглих столах і 5% – завдяки дистанційному навчанню. Оскільки можна було вибрати декілька варіантів відповідей, то сумарна кількість процентів по всіх пунктах більша за 100% (рис. 9).

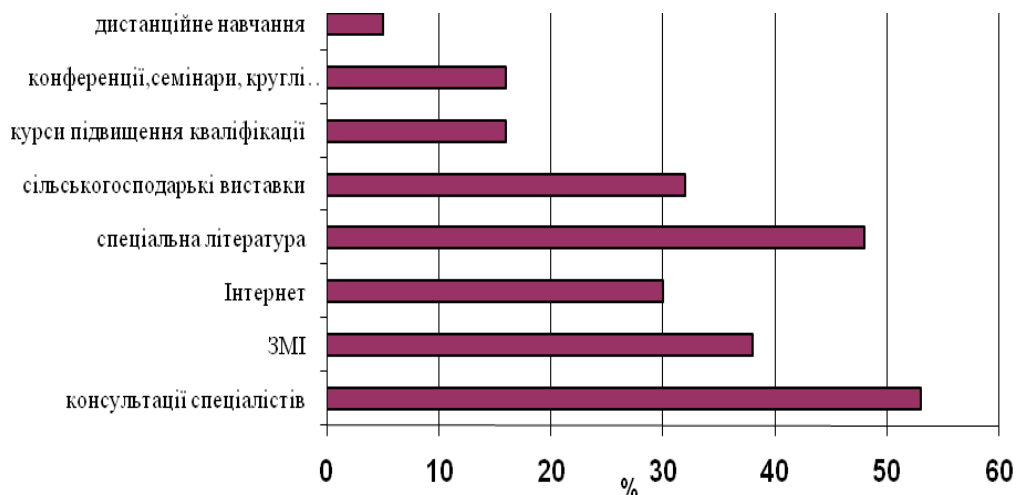


Рис. 9. Основні джерела отримання сільськогосподарської інформації та знань фермерами Васильківського району*

*Джерело: розраховано авторами за даними опитування

Запитання з чотирнадцятого по сімнадцяте стосувалися соціально-демографічних характеристик фермерів, які прийняли участь в опитуванні. В результаті аналізу відповідей було з'ясовано, що більшість з них (57%) мають вищу освіту, з них 63% закінчили ВНЗ сільськогосподарського напрямку. Середню освіту має 43% фермерів, причому з них тільки 50% отримали освіту сільськогосподарського напрямку. Середній вік респондента-фермера дорівнює 54 роки. Більшість з експертів (86%) очолюють фермерські господарства більше 10 років.

Висновки і перспективи.

Таким чином, аналіз результатів проведеного опитування фермерів засвідчує, що більшість респондентів вважає, що фермерство в Україні має хороші перспективи розвитку. Разом з тим існують серйозні перешкоди, що заважають інтенсивному розвитку фермерства. У топ-п'ятірку таких перешкод, на думку фермерів, входять: нестабільна економічна ситуація, несприятлива податкова політика, несприятлива політична ситуація, недосконале правове забезпечення і проблеми з організацією ринків збуту сільськогосподарської продукції.

Основними каналами збуту сільськогосподарської продукції фермерів є посередницькі структури і переробні підприємства. Через ці канали реалізується 84% зерна, 68% м'яса, 73% молока, 87% цукрових буряків і 67% овочів. Обсяги збуту продукції через інші канали незначні, особливо через товарні біржі (0,2% від загального показника).

Проблеми зі збутом сільськогосподарської продукції свідчать про слаборозвинену маркетингову інфраструктуру, що не здатна забезпечити вигідної реалізації сільськогосподарської продукції фермерів.

Для розв'язання цих проблем і подальшого розвитку комерційної діяльності фермерів, необхідно вжити певні заходи, як на рівні держави, так і на мікрорівні. На думку респондентів, слід,

перш за все, стабілізувати економічну ситуацію в країні, врегулювати податкову політику, а також сформувати сприятливе правове поле. Також з боку держави необхідно забезпечити ефективне функціонування програм підтримки фермерських господарств.

Разом з тим багато що залежить від самих керівників цих господарств. Зокрема це стосується більш активного впровадження сучасних інформаційних технологій у комерційну діяльність фермерів, включаючи розвиток електронної комерції, а також застосування ефективних маркетингових стратегій збуту продукції.

Список використаних джерел

1. Беззуб І. Перспективи розвитку сімейних фермерських господарств в Україні. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=419:agropromislovij-sektor-2&catid=71&Itemid=382
2. Менеджмент фермерських господарств [текст] : навч. посіб. ; за ред. В.П. Горьового – К. : «Центр учбової літератури», 2014. 366 с.
3. Застрожніков А.Г. Розвиток фермерського землеволодіння і землекористування. *Агросвіт*. 2007. №15. С. 27-31.
4. Остапчук С.М., Корнілов Л.В., Корнілов В.Л. Розвиток фермерських господарств у Закарпатській області. *Вісник НУВГП*. 2010. №2(50). С. 214-221.
5. Мохненко А.С. Розвиток фермерських господарств в системі факторів конкурентного середовища: теорія, методологія, практика: дис.д-ра екон.наук. / Херсон, 2011. 438 с.
6. Вдовенко Л.О., Мараховська Т.М., Черненко О.С. Фінансове забезпечення діяльності малого і середнього бізнесу в аграрній сфері економіки. *Економічний аналіз*. 2015 №1. С. 225-230.
7. Макаренко Ю.П. Розвиток кооперації малих аграрних господарств у ринковій економіці. *Вісник Запорізького національного університету*. 2011. №4 (12). С. 171-176.
8. Мельник Л.Л. Фермерство України в контексті розмірів землекористування. *Агросвіт*. 2017. № 8. С. 24-34.
9. Махортов Ю.О., Дмитренко В.Л. Сучасний стан і перспективи розвитку фермерства в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2003. № 6. С. 73-76.

Статтю отримано: 30.01.2018 / Рецензування 06.03.2018 / Прийнято до друку: 20.03.2018

Olena Korchynska

Dr. Sc. (in Economics), Associate Professor, Senior Research Fellow, Head
Department of Marketing
Academy of Labor, Social Relations and Tourism
Kyiv, Ukraine

E-mail: helenk@meta.ua

Andrii Holubiev

Postgraduate Student
Department of Economics and Enterprise Management
Academy of Labor, Social Relations and Tourism
Kyiv, Ukraine

E-mail: Zvit.zav@gmail.com

MARKETING FIELD RESEARCH OF COMMERCIAL ACTIVITY OF FARMS

Abstract

Introduction. Reforms in Ukraine's agrarian sphere of economy have resulted in appearance of various forms of economic entities basing on private ownership and principals of economic independence. One of the directions of the structure rebuilding of agriculture is forming private farms, which play a certain role in agribusiness and contribute in development of a competitive agrarian sector and agrarian production. The aim of the article is to analyze the results of a conducted straw poll of private farmers and reveal general tendencies determining farmers' behavior as agricultural market

participants.

Methods. Standard methods such as dialectical, monographic, abstract and logical, method of scientific generalization as well specific methods for statistical and marketing information processing are applied.

Results. The results of a straw poll of private farmers conducted in Vasytkivirskyi region of Kyiv oblast are presented in the article. Factors influencing entrepreneur activity of farmers are characterized. The barriers that prevent farming development in Ukraine are identified. Prospects of farming development are assessed. The measures for improvement of environmental conditions for commercial activity of private farmers which should be taken on micro and macro levels are identified.

Discussion. The further researches are planned to be conducted concerning more active implementation of modern information technologies in commercial farm activities including development of electronic commerce as well applying efficient marketing sale strategies.

Keywords: private farms, commercial activity, distribution channels, agricultural production, marketing research.

References

1. Bezzub, I. Perspektyvy rozvytku simeinykh fermerskykh gospodarstv v Ukraini. <http://nbuviap.gov.ua>. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=419:agropromislovij-sektor-2&catid=71&Itemid=382.
2. Horovyi V.P. (Ed.). (2014). *Menedzhment fermerskykh gospodarstv* [Management of farms]. Kyiv : «Tsentr uchbovoi literatury».
3. Zastrozhnikov, A.H. (2007). Rozvytok fermerskoho zemlevlodinnia i zemlekorystuvannia [Development of farmer's land tenure and land use]. *Ahrosvit* [AgroSvit], 15, 27-31.
4. Ostapchuk, S.M., Kornilov, L.V., & Kornilov, V.L. (2010). Rozvytok fermerskykh gospodarstv u Zakarpatskii oblasti [Development of farms in the Transcarpathian region]. *Visnyk NUVHP* [Bulletin of National University of Water Management and Nature Management], 2(50), 214-221.
5. Mokhnenko, A.S. (2011). *Rozvytok fermerskykh gospodarstv v systemi faktoriv konkurentnoho seredovyscha: teoriia, metodolohiia, praktyka. Doctoral dissertation*. Kherson.
6. Vdovenko, L.O., Marakhovska, T.M., & Chernenko, O.S. (2015). Finansove zabezpechennia diialnosti maloho i serednoho biznesu v ahraunii sferi ekonomiky [Financial support of small and medium-sized businesses in the agrarian sector of the economy]. *Ekonomichniy analiz* [Economic analysis], 1, 225-230.
7. Makarenko, Yu.P. (2011). Rozvytok kooperatsii malykh ahraunych gospodarstv u rynkovii ekonomitsi [Development of cooperation of small agricultural enterprises in the market economy]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Zaporizhzhya National University], 4(12), 171-176.
8. Melnyk, L.L. (2017). Fermerstvo Ukrainy v konteksti rozmiriv zemlekorystuvannia [Ukraine's farm in the context of land use]. *Ahrosvit* [AgroSvit], 8, 24-34.
9. Makhortov, Yu.O., & Dmytrenko, V.L. (2003). Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku fermerstva v Ukraini [Current state and prospects of development of farming in Ukraine]. *Visnyk ahraunoi nauky* [Bulletin of Agrarian Science], 6, 73-76.

Received: 01.30.2018 / Review 03.06.2018 / Accepted 03.20.2018

