

УДК 339.13:635.915(477)

Ю. А. Рак,

к. е. н., старший викладач кафедри економічної теорії та конкурентної політики,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКАХ ДОСЛІДЖУВАНИХ БЛАГ (НА ПРИКЛАДІ РИНКУ КВІТІВ УКРАЇНИ)*

Yu. Rak,

cand.sc.(econ.), senior lecturer of department of economic theory and competition policy,
Kyiv National University of Trade and Economy, Kyiv

FACTORS OF COMPETITION DEVELOPMENT ON THE MARKETS OF RESEARCHED GOODS
(ON THE EXAMPLE OF THE FLOWER MARKET OF UKRAINE)

В основу статті покладено загальноприйнятий підхід до розуміння конкуренції, коли розглядаються три основні блоки характеристик: структурний, поведінковий та функціональний. Наукові пошуки в даній роботі присвячені вивченню ринків досліджуваних благ, які характеризуються тим, що споживач ще до моменту купівлі благ може оцінити їх якість та результативність. В якості прикладу розглядається ринок квітів. У статті обґрунтовується визначення пріоритетів розвитку конкурентного середовища для ринків досліджуваних благ. На основі розрахунків проаналізовано, що саме: структура, поведінка чи рівень взаємодії учасників ринку є визначальним для розвитку конкуренції на ринку квітів. Кожен з трьох блоків характеристик у статті досліджено за допомогою математичних методів. Характеристики функціонального блоку оцінювались на основі співвідношення темпів приросту компаній до темпів приросту обсягів ринку; рівень розвитку структури ринку вивчався з погляду ринкової привабливості; вплив конкуренції проаналізовано за допомогою коефіцієнтів (індекс Херфіндаля-Хіршмана, індекс Джині, тощо).

The article is based on a generally accepted approach to understanding of competition, where considering three main blocks of characteristics: structural, behavioral and functional. Scientific researches in this publication are devoted to the study of the researched goods markets. Such markets are characterized by the fact that the consumer can estimate goods' quality and its performance before the moment of purchase. As an example, the market for flowers is considered. The article substantiates definition of the development priorities of competitive environment for the researched goods markets. Based of calculations, there were analyzed what exactly: the structure, behavior or level of interaction of market participants is crucial for the competition development on the flower market. In the article is researched each of the three blocks of characteristics with using mathematical methods. Characteristics of the functional block were estimated on the basis of the ratio of growth rates of companies to the growth rates of market volumes; the level of development of the market structure was studied in terms of market attractiveness; the influence of competition is analyzed using coefficients (Herfindahl-Hirschman index, Gini index, etc.).

Ключові слова: конкуренція, ринок квітів, аналіз, досліджувані блага, поведінкові чинники, функціональні чинники, структурні чинники.

Key words: competition, flower market, analysis, researched goods, behavioral factors, functional factors, structural factors.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

"Якщо ти любиш квітку — єдину, якої більше немає на жодній з багатьох мільйонів зірок, цього досить: дивишся на небо і відчуваєш себе щасливим..." — писав у своєму все-світньо відомому творі "Маленький принц" Антуан де Сент-Екзюпері. З давніх-давен вважа-

лось, що квіти — це окраса людського буття, адже вони супроводжують найважливіші його миттєвості. Тому не дивно, що квіти і в наш час користуються попитом. Про розвиток ринку квітів яскраво свідчить той факт, що за останні 10 років його приріст склав понад 40% [8]. Подібна зацікавленість квітами як товаром (в пе-

* Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом (Ф70) Державного фонду фундаментальних досліджень.

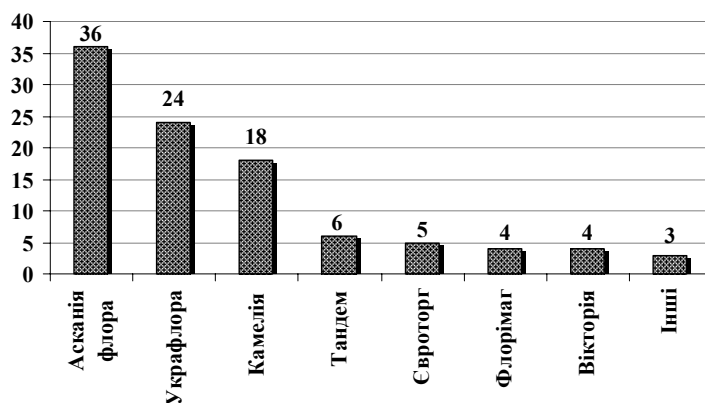


Рис. 1. Розподіл ринкових часток на ринку квітів України у 2016 році

Джерело: побудовано автором на основі [9].

ршу чергу, з боку покупця) робить актуальними дослідження, пов'язані з аналізом ринкового середовища, оскільки виявлення основних тенденції розвитку конкуренції дасть змогу визначити подальші напрями конкурентної політики з метою захисту прав та інтересів споживачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Конкуренція розглядалася такими вченими, як: У. Джевонс, У. Ендрюс, Дж. М. Кларк, Дж. Коммонс, Ф. Котлер, М. Портер, Дж. Робінсон Е. Чемберлін та ін. Проблема розвитку конкуренції викликала значний науковий інтерес серед вітчизняних дослідників, зокрема вагомий внесок було зроблено завдяки працям: А. Герасименко, О. Гриценко, В. Лагутіна, О. Марченко, Н. Михальчишин, С. Мочерного, Ю. Уманціва, С. Черненка, А. Чухна, О. Ястремського та ін. Ринок квітів в своїх працях досліджували: В.І. Баюра, О.Б. Погасій, І.В. Соломаха, С.В. Сорокіна, В.А. Ходарченко та ін.

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на існуючі дослідження, присвячені аналізу ринкового середовища на ринку квітів, розкритим залишається питання про визначення актуальних на сьогоднішній день напрямів конкурентної політики, яка повинна мати на меті не лише подальше зростання ринку, а й задоволення потреб споживачів.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є виявлення чинників (функціональних, поведінкових чи структурних), що є визначальними для розвитку конкуренції на ринку квітів України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Квіти є класичним прикладом досліджуваних благ, адже оцінити їх якість, в переважній більшості випадків, ми можемо ще до моменту купівлі [4]. Ринкові частки на ринку квітів Ук-

Таблиця 1. Формули розрахунку показників ринкової концентрації

Показник	Формула розрахунку
Індекс Джині (G)	$G = \frac{1}{2(n-1)} \sum_{i,j=1}^n s_i - s_j $
Індекс Лернера (L)	$L = \frac{P - MC}{P} = \frac{P \sum_{i=1}^n s_i - \sum_{i=1}^n MC_i s_i}{P} = - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{Ed} = - \frac{HHI}{Ed}$
Індекс Розенблота (IR)	$IR = 1 \left(2 \sum_{i=1}^n i r s_i - 1 \right)$ i r – ранг; для найбільшої компанії присвоюється значення i r=1
Індекс обсягів продажу (IQ)	$IQ = \frac{(132 - \Delta Q)}{66}$
Показник дисперсії (σ)	$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n [(s_i) - \bar{s}]^2$
Показник ентропії (e)	$e = - \sum_{i=1}^n s_i \log_2 s_i$

Умовні позначення: n – кількість фірм на ринку; $s_i(j)$ – ринкова частка і (j) -ї фірми; Q – обсяги виробництва на ринку; P – ціна продукції; MC – граничні витрати фірми; Ed – еластичність попиту за ціною.

Джерело: побудовано автором на основі [5].

Таблиця 2. Розрахунок агрегованого індексу оцінки рівня розвитку конкуренції (АСІ)

Роки	Нормалізовані елементи						Агрегований індекс оцінки рівня розвитку конкуренції АСІ
	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Індекс Розенблота	Індекс обсягів продажу	Індекс Лернера	Показник дисперсії	Індекс Джині	
	ННІ	IR	IQ	L	σ	G	
2003	0,46	0,52	0,36	0,39	0,43	0,37	2,38
2004	0,39	0,49	0,60	0,41	0,44	0,44	2,19
2005	0,38	0,44	0,44	0,39	0,40	0,44	2,40
2006	0,38	0,39	0,37	0,37	0,39	0,44	2,56
2007	0,41	0,47	0,39	0,39	0,38	0,44	2,42
2008	0,43	0,38	0,39	0,36	0,37	0,44	2,52
2009	0,41	0,40	0,41	0,58	0,37	0,44	2,31
2010	0,46	0,41	0,39	0,39	0,37	0,44	2,43
2011	0,43	0,42	0,41	0,44	0,39	0,44	2,38
2012	0,44	0,43	0,42	0,42	0,38	0,44	2,37
2013	0,42	0,42	0,41	0,39	0,42	0,44	2,40
2014	0,50	0,42	0,39	0,41	0,43	0,44	2,33
2015	0,45	0,42	0,39	0,41	0,42	0,44	2,37
2016	0,45	0,42	0,39	0,41	0,42	0,44	2,38

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних [9].

раїни розподілені нерівномірно (рис. 1), прослідковується лідер ринку, частка якого становить 36%.

У попередніх дослідженнях [1—3] нами було обгрунтовано доцільність аналізу ринкової конкуренції в розрізі трьох блоків:

Таблиця 3. Індикатори привабливості ринку квітів України

№ п/п	Фактор	Умовні позначення	Причини вибору фактору в межах даного дослідження	Поведінка фактору	Очікуваний вплив підсилення дії фактора на коефіцієнт привабливості ринку
1	Темпи росту обсягів ринку		Зростання ємності ринку є сприятливим чинником привабливості ринку, оскільки супроводжується його загальним розвитком, зростанням прибутковості економічної діяльності тощо	Обсяги ринку збільшуються	Позитивний
2	Темпи росту цін на продукцію		Позитивний приріст ціни сприяє підвищенню привабливості ринку для виробників, оскільки свідчить про наявність попиту на продукцію та можливість приросту прибутку	Ціни на квіти зростають помірними темпами, особливо в святкові дні	Позитивний
3	Стан конкуренції	АСІ	Чим більш високою є інтенсивність конкуренції на ринку, тим менш привабливим є ринок	Інтенсивність конкуренції зростає в межах окремих сегментів	Негативний
4	Бар'єри входу на ринок	B_{en}	Висота бар'єрів вступу на ринок чи виходу з нього визначає умови економічної діяльності суб'єктів господарювання. Чим нижчі ринкові бар'єри, тим привабливішим є ринок	Бар'єри входу на ринок дуже низькі	Позитивний
5	Правові обмеження	LR	Відсутність жорстких обмежень з боку держави розширює поле діяльності учасників ринку, а отже, робить ринок потенційно привабливішим	Не існує жорстких правових обмежень та регулювання ринку спеціальними нормативно-правовими актами	Позитивний
6	Сегментування ринку	MS	Сегментованість ринку підвищує його привабливість для потенційних учасників, оскільки, задовольняючи попит різних груп споживачів, у фірми розширюються можливості щодо виробництва та реалізації різноманітних видів продуктів в межах кожного окремого сегменту	Ринок розподілено на багато сегментів за різними ознаками. Ступінь сегментування досить високий	Позитивний
7	Темпи приросту кількості компаній	K_p	Динаміка кількості компаній на ринку свідчить про те, наскільки він привабливий для потенційних учасників, але в той же час сприяє загостренню конкурентної боротьби	Спостерігається зростання кількості учасників ринку	Негативний

Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень [1].

Таблиця 4. Значення коефіцієнта привабливості ринку квітів України

СМА	0		1,0	
	Значення фактору	FMA_i	Значення фактору	FMA_i
Темпи росту ринку	0-2%	0-1,02	> 20%	1,2 +
Темпи росту цін на продукцію	0-1%	0-1,01	> 20%	1,2 +
Стан конкуренції	0-0,2		0,8-1	
Бар'єри входу на ринок (бали)	1		0	
Правові обмеження (бали)	1		0	
Сегментування ринку (кількість сегментів)	0		1	
Темпи приросту кількості учасників ринку	до 1%	1,01	> 20%	1,2 +

Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень [1].

структурного, функціонального та поведінкового.

Аналіз поведінкового блоку в контексті розвитку конкуренції, на наш погляд, доцільно проводити за допомогою запропонованого нами індексу оцінки рівня розвитку ринкової конкуренції АСІ [2]. В основі його розрахунку лежить використання загальновідомих показників концентрації, які наведено в таблиці 1.

З метою одержання ефективних результатів дослідження ринкового середовища та проведення підсумкового аналізу на основі класичного детермінованого методу геометричної середньої, нами побудовано агрегований показник оцінки рівня розвитку конкуренції на ринку [2]:

$$ACI = \frac{1}{\sqrt[n]{\prod_{i=1}^n k_i}}, \text{ при } 0 \leq k_i \leq 1 \quad (1),$$

де АСІ — (aggregate competition index) агрегований індекс оцінки рівня розвитку конкуренції на ринку, його нижня межа зміни визначається тим, що для розрахунку комплексного індексу в знаменнику формули обираються нормалізовані показники ринкової конкуренції, значення яких менше одиниці:

$$1 \leq ACI \leq \infty;$$

n — кількість показників оцінки рівня розвитку конкуренції;

k_i — нормалізоване значення i -го показника.

Чим вищим є значення індексу (1), тим вищим є рівень конкуренції на ринку (табл. 2).

Як бачимо, з таблиці 2 АСІ становить в середньому 2,4. Відповідно до наших попередніх досліджень [1—3], де нами було зроблено спробу визначити межі зміни індексу для різних ринкових структур, значення індексу на рівні 2,4 свідчить на користь того, що ринок квітів України конкурентний з ознаками монопольної влади, тобто його можна віднести до ринків з монополістичною конкуренцією.

Структурний блок, на наш погляд, можна оцінити з погляду ринкової привабливості. Під привабливістю в даному дослідженні слід розуміти бажання тієї чи іншої фірми працювати на ринку [1]. Для нашого дослідження експертним шляхом обрано сім факторів привабливості ринку для вступу потенційних учасників (табл. 3).

Нами було розроблено коефіцієнт привабливості ринку СМА (Coefficient of Market Attractiveness), який, на наш погляд, ринку дозволить врахувати сукупний вплив всіх обраних

Таблиця 5. Результати розрахунку коефіцієнта привабливості для ринку квітів України

Роки	FMA_i						СМА
	Темпи росту ринку	Темпи росту цін на продукцію	Стан конкуренції	Бар'єри входу на ринок (бали)	Сегментування ринку (кількість сегментів)	Темпи приросту кількості учасників ринку	
2003	1,28	1,10	0,42	0,00	0,50	1,50	0,80
2004	1,27	1,10	0,46	0,00	0,50	1,53	0,81
2005	1,23	0,92	0,42	0,00	0,50	1,66	0,79
2006	1,24	0,94	0,39	0,00	0,50	1,80	0,81
2007	1,25	1,12	0,41	0,00	0,50	1,40	0,78
2008	1,18	1,40	0,40	0,00	0,50	0,90	0,73
2009	1,14	1,61	0,43	0,00	0,50	0,90	0,76
2010	1,14	1,77	0,41	0,00	0,50	1,10	0,82
2011	1,22	1,30	0,42	0,00	0,50	1,10	0,76
2012	1,21	1,18	0,42	0,00	0,50	1,10	0,74
2013	1,22	1,15	0,42	0,00	0,50	1,10	0,73
2014	1,19	1,12	0,43	0,00	0,50	0,80	0,67
2015	1,23	1,12	0,42	0,00	0,50	0,72	0,67
2016	1,20	1,10	0,42	0,00	0,50	0,55	0,63

Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень [1; 9].

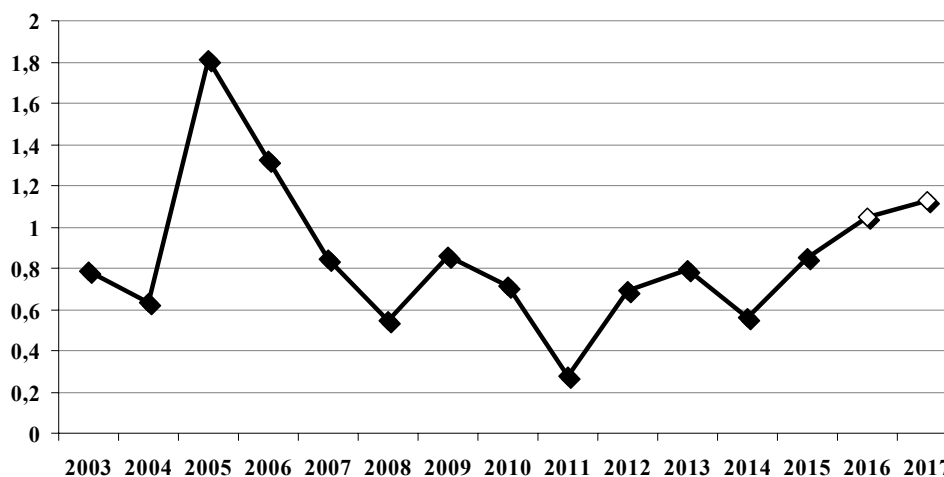


Рис. 2. Динаміка інтегрального показника розвитку конкуренції на ринку квітів України

Джерело: розроблено автором.

факторів:

$$CMA = \frac{\sum_{i=1}^m FMA_i}{m}, \text{ при } 0 \leq FMA_i \leq 1 \quad (2),$$

де CMA — загальний коефіцієнт привабливості ринку;

FMA_i — значення i -го фактору щодо привабливості ринку, при $0 \leq i \leq m$;

m — кількість факторів в дослідженні.

По суті між сегментуванням ринку та диференціацією продукції існує пряма залежність. В нашому дослідженні умовно розподілено сегментованість ринку на 5 рівнів: 0 — ринок однорідний, 0,3 — існує незначна сегментація ринку, 0,6 — середня сегментованість ринку, 0,8 — ринок сегментований, сегментація багаторівнева, при цьому сегменти можуть у тій чи іншій мірі бути однорідними, 1 — для ринку характерна чітка багаторівнева сегментація, сегменти абсолютно відмінні, неоднорідні; перехід споживача з одного сегменту до іншого не є типовим явищем. Таблиця 4 ілюструє вплив зміни кожного чинника на привабливість ринку.

Запропонований нами коефіцієнт привабливості ринку CMA змінюється від 0 до 1 і має такі межі: $0 \leq CMA \leq 0,3$ — ринок з низькою привабливістю; $0,3 \leq CMA \leq 0,4$ — середня привабливість ринку; $0,4 \leq CMA \leq 0,5$ — привабливий ринок; $0,5 \leq CMA \leq 1$ — високий ступінь привабливості ринку.

Враховуючи попередні дослідження, та, застосовуючи метод експертних оцінок, отримуємо $CMA=0,63$, тобто ринок привабливий.

Характеристики функціонального блоку в цьому дослідженні оцінювались на основі співвідношення темпів приросту компаній до темпів приросту обсягів ринку. Співвідношен-

ня приростів кількості компаній та обсягів ринку є показовим, оскільки ситуація, коли темпи приросту учасників ринку перевищують приріст обсягів ринку створює сприятливі умови для розвитку конкуренції. Як бачимо з таблиці 5, умови для розвитку конкуренції почали погіршуватись з 2008 року, коли темпи приросту учасників ринку стали суттєво уповільнюватись в порівнянні з темпами приросту ринку загалом. Не останню роль для створення такої ситуації зіграла економічна криза.

У попередніх дослідженнях, аналізуючи процеси розвитку конкуренції на ринках та спираючись на праці провідних вчених [6; 7], нами було зроблено спробу врахувати вплив функціонального, поведінкового та структурного критерію на розвиток конкуренції для ринку консалтингових послуг України, які відносяться до довірчих благ [1—3]. Аналізуючи тепер уже досліджувані блага на прикладі ринку квітів України, проведемо подібне дослідження. Маючи на меті визначити, які ж саме характеристики: функціональні, поведінкові чи структурні є визначальними для розвитку конкурентного середовища досліджуваного ринку, в якості показників, що ілюструють приріст конкуренції, на наш погляд, доцільно взяти приріст кількості компаній (Tn) приріст індексу оцінки рівня розвитку ринкової конкуренції (T_{ACT}) та динаміку приросту сукупної підтримки сільського господарства (T_S). Показниками, що відображають стримуючі чинники розвитку конкуренції є приріст обсягів реалізації (Tq), приріст привабливості ринку (T_{CMA}) та приріст нерівномірності ринкових часток (Tg) (з цією метою було використано зміну значення індексу Джині). Розроблений інтегральний показник розвитку конкуренції [3] має вигляд:

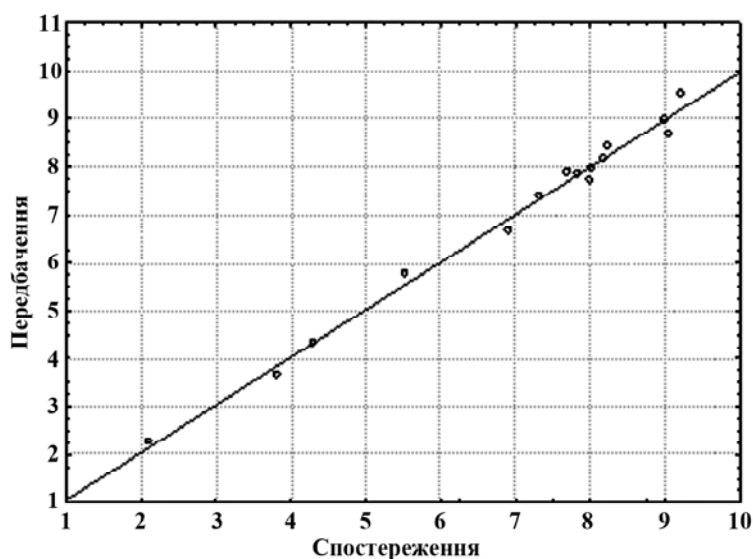


Рис. 3. Розкид наявних значень та передбачених значень

Джерело: побудовано автором.

$$ICD (\text{index of competition development}) = \frac{T_n \cdot T_{ACI} \cdot T_S}{T_q \cdot T_{CMA} \cdot T_g} \quad (3).$$

Таким чином, у випадку, якщо розрахунки за формулою (3) нададуть результат вище 1, то чинники-стимулятори конкуренції є визначальними на ринку. Отже, при $ICD > 1$ спостерігаємо якісний розвиток конкуренції. Рисунок 2 ілюструє динаміку показника. Показник змінюється в межах $0 \leq ICD \leq \infty$. Як бачимо з рисунку 2, динаміка інтегрального показника є нерівномірною. Після стрімкого зростання у 2004 році спостерігаємо різкий спад, наслідки якого навіть після нетривалого зростання у посткризовий період дали про себе знати у 2010—2011 роках. Сьогодні спостерігаємо більш-менш стабільний ріст показника, який за прогнозами (відображено подвійною лінією на рис. 2) зберігатиметься протягом 2017 року.

З метою встановлення, характеристики якого саме блоку: структурного, поведінкового чи функціонального є найбільш впливовими для розвитку ринкової конкуренції, було проведено кореляційно-регресійний аналіз. У якості залежної змінної візьмемо запропонований вище інтегральний показник розвитку конкуренції (ICD), а в якості незалежних змінних — наведені вище характеристики зазначених блоків: структурного (*Struc*), поведінкового (*Bibev*) та функціонального (*Funct*). Наступний рисунок ілюструє розкид наявних спостережень і передбачень. Чим меншим є розкид, тим якіснішою є побудована модель.

Як бачимо, рисунок 3 показує, що розкид передбачених та фактичних значень є незначним, а отже це не спотворить результати моделі.

У результаті проведеного аналізу була одержана наступна модель:

$$ICD = 1,65 + 1,36Struc + 9,15Bibev + 0,73Funct \quad (4).$$

Як бачимо з формули (4), одержані вагові коефіцієнти свідчать на користь того, що найбільш впливовими є характеристики поведінкового блоку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, для досліджуваних благ, виходячи з проведених досліджень, найбільш вагомими з погляду розвитку конкурентного середовища є характеристики поведінкового блоку. Виходячи з цього, ми можемо визначити пріоритети розвитку конкуренції на ринку квітів України. З боку держави вплив на поведінковий блок визначається через встановлення норм та правил поведінки, що включає адвокатування конкуренції, зміцнення ринкових інститутів, сприяння міжнародному співробітництву, створення сприятливих умов для ведення чесного бізнесу, використовуючи не лише засоби примусу, а й засоби мотивації, підвищення інвестиційної привабливості тощо. Еволюція ринку забезпечується також ринковими регуляторами, зокрема, впливом інституту довіри, прозорістю ринку через дотримання правил ділового етикету та "чесної гри", під "чесною грою" слід розуміти добросовісну конкуренцію як довготермінову інвестицію в розвиток бізнесу тощо. Розглядаючи поведінковий блок, у контексті впливу на ньо-

го ринкових регуляторів, слід відмітити, що усвідомлення переваг конкуренції в першу чергу впливає на поведінку компаній, адже реалізація стратегічних цілей компанії вимагає чіткого бачення перспектив розвитку її взаємовідносин зі споживачем та іншими компаніями.

Література:

1. Гриценко О.Г. Оцінка привабливості ринку консалтингових послуг України на основі факторного аналізу / О.Г. Гриценко, Ю.А. Рак // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць: у 3-х т. / ПДТУ. — Маріуполь, 2013. — Вип. 1, Т. 1. — С. 62—67.

2. Рак Ю.А. Методика оцінки рівня розвитку конкуренції / Ю.А. Рак // Молодий вчений. — 2014. — №8. — С. 21—32.

3. Рак Ю.А. Пріоритети розвитку конкуренції на ринку консалтингових послуг України послуг [Електронний ресурс] / Ю.А. Рак // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове видання. — Вип. № 2. — М.: Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, 2014. — С. 328—334. — Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-2-2014>

4. Соломаха І.В. Маркетингові дослідження квіткового ринку в Україні / І.О. Дудла, І.В. Соломаха // Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб. наук. праць. — Чернігів: ЧДТУ, — 2011. — № 2 (50). — С. 112—121.

5. Bikker J. A Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Revue of the Literature [Електронний ресурс] / J.A. Bikker, K. Haaf // Economic and Financial Modeling. — Summer, 2002. — 46 p. — Режим доступу: http://www.researchgate.net/publication/4810038_Measures_of_competition_and_concentration_in_the_banking_industry_a_review_of_the_literature/file/60b7d52af2e658d68a.pdf

6. Sosnick S. A Critique of Concepts of Workable Competition [Електронний ресурс] / S. Sosnick // The Quarterly Journal of Economics. — 1958. — Vol. 72 (3). — P. 380—423. — Режим доступу: <http://qje.oxfordjournals.org/content/72/3/380.full.pdf>

7. Sraffa P. The Lows of Returns under Competitive Conditions [Електронний ресурс] / P. Sraffa // Economic Journal. — 1926. — Vol. 36, № 144. — P. 535—550. — Режим доступу: <http://cruel.org/econthought/texts/sraffa/sraffa26.html>

8. Інформаційне агентство УНІАН [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://economics.unian.ua/agro/1805462-ukrajina-v-2016-rotsi-vtrichi-zbilshila-eksport-troyand.html>

9. Огляди ринку квітів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.marketing.vc

10. Українська аграрна конфедерація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agroconf.org>

References:

1. Hrytsenko, O.H. (2013), "Estimation of the attractiveness of the Ukrainian consulting services market on the basis of factor analysis", *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noi vlasnosti : zbirnyk naukovykh prats' PDTU*, vol. 1, no. 1, pp. 62—67.

2. Rak, Yu.A. (2014), "Methodology for assessing the level of development of competition", *Molodyj vchenyj*, vol. 8, pp. 21—32.

3. Rak, Yu.A. (2014), "Priorities of the development of competition in the market of consulting services of Ukraine services", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 2, pp. 328—334.

4. Solomakha, I.V. (2011), "Market researches of the flower market in Ukraine", *Visnyk Chernihiv'skoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, vol. 2 (50), pp. 112—121.

5. Bikker, J.A (2002), "Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Revue of the Literature", *Economic and Financial Modeling*, available at: http://www.researchgate.net/publication/4810038_Measures_of_competition_and_concentration_in_the_banking_industry_a_review_of_the_literature/file/60b7d52af2e658d68a.pdf (Accessed 01 Nov 2017).

6. Sosnick, S.A (1958), "Critique of Concepts of Workable Competition", *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 72 (3), pp. 380—423.

7. Sraffa, P. (1926), *The Lows of Returns under Competitive Conditions* *Economic Journal*, vol. 36, no. 144, pp. 535—550.

8. UNIAN (2017), "In 2016, Ukraine tripled the export of roses", available at: <https://economics.unian.ua/agro/1805462-ukrajina-v-2016-rotsi-vtrichi-zbilshila-eksport-troyand.html> (Accessed 01 Nov 2017).

9. Alliance Capital Management (2017), "Reviews of the flower market", available at: www.marketing.vc (Accessed 01 Nov 2017).

10. Ukrainian Agrarian Confederation (2017), available at: <http://agroconf.org> (Accessed 01 Nov 2017).

Стаття надійшла до редакції 02.11.2017 р.