

2. Облікові політики, зміни в облікових політиках та помилки: міжнародний стандарт фінансової звітності № 8. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://minfin.gov.ua>.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах": наказ Міністерства від 28.05.1999 р., № 137 // Відомості Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon.rada.gov.ua>.

4. Організація бухгалтерського обліку : навч. посібн. / за ред. В.С. Лєня. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 221 с.

Клим Н.М. Учетная политика как инструмент интеграции учетной информации предприятий

Учетная политика рассмотрена как важный инструмент интеграции учетной информации предприятия. Обобщены подходы к определению сущности учетной политики предприятий, рассмотрены уровни реализации учетной политики и ее составляющие.

Ключевые слова: учетная политика, финансовая отчетность, учетная информация.

Klym N.M. Accounting policy as means for integrating of accounting information of company

The accounting policy is considered as important means for integrating of accounting information of company. Approaches for determining the nature of accounting policy of company are generalized. The levels of accounting policies and its components are considered.

Keywords: accounting policy, financial reporting, accounting information.

УДК 339.166.2:665.7(100)

Аспір. О.І. Козут¹ –
Львівський НУ ім. Івана Франка

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ СВІТОВОГО РИНКУ НАФТИ

Розглянуто та описано основні ринкові моделі, які наявні в економічній науці, а саме моделі монополії та олігополії, оскільки вони є більш наближеними до світового ринку нафти. Узагальнено теоретичну базу для аналізу світових ринків та визначення типу моделі ринку. Проаналізовано основні механізми та принципи олігополії, описано основні п'ять форм монополії та наведено їх приклади в історії розвитку та функціонування світового ринку нафти.

Ключові слова : монополія, олігополія, ринкова структура, конкуренція, картель, таємна змова, цінові війни.

Вступ. Монополія і конкуренція, фактично, основні економічні явища, які характеризують світову економічну систему. У загальному розумінні, монополія – це окремі великі підприємства, об'єднання підприємств, господарські товариства, які виробляють значну кількість продукції певного виду і таким чином займають монополічне становище на ринку, впливають на процес утворення ціни та отримують значні надприбутки. Початок видобування нафти дало змогу досі відносно бідним країнам стати економічно важливими для світової торгівлі і промисловості та зайняти провідну роль у розподілі міжнародних сфер впливу. Тому країни-експортери нафти намагаються втримати і посилювати свій монополічний вплив на ринку енергоресурсів.

Мета роботи – за допомогою існуючих теоретичних моделей ринку, охарактеризувати, описати основні принципи дії сектору ринку, який відповідає за торгівлю нафтою за період з початку жвавого використання нафти до 2012 р.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Моделі ринків досліджували такі науковці, як З.М. Борисенко [1], Г.І. Нікєров [2], С. Ніткієн [3], Н.В. Расков [4], Н.Ю. Бродський [5]. На характеристику світового ринку нафти працювали: Брагинский О.Б. [6], Луцишин З.О. [7], Дж. Гріфін [7], П. Хансен [8]. Проте питання щодо попиту ринку нафти залишається не повністю досліджене та описане.

Виклад основного матеріалу. З початку формування світового нафтового ринку монополічний контроль з боку основних експортерів мав яскраво виражений характер, який підтверджувався виключно вибіркоким правом на володіння природним ресурсом.

В економічній науці розрізняють три види монополії, а саме:

- природна монополія. Ця монополія виникає внаслідок об'єктивних причин;
- адміністративна монополія. Це влада держави над комунальними підприємствами, які необхідні населенню і які не мають заміників;
- економічна монополія – найпоширеніший вид монополії. Така монополія виникає внаслідок економічного розвитку, і пов'язана із завоюванням підприємством монополічного становища на ринку.

Щодо типу монополізації ринку нафти – це змішана форма природної та економічної. Оскільки не кожна країна володіє покладами нафти, що дає змогу країнам-експортерам контролювати об'єми видобутку та обсяги міжнародної торгівлі цим ресурсом. Економічний аспект полягає в інтеграції нафтових компаній, злиття та об'єднання з метою втримання контролю над нафтовим сектором торгівлі [2, с. 84-85].

Монополії існують не лише у сфері виробництва, а й в обміні, розподілі та споживанні. Це спричинило до утворення більш стійких монополічних об'єднань, які створюються на довгострокових термін. Існує п'ять основних форм монополії:

1. Картель – це об'єднання основних підприємств галузі з метою втримання контролю над ринком за допомогою зміни обсягів виробництва та поставок продукту на ринок.
2. Синдикат – це об'єднання декількох підприємств однієї галузі, умовою якого є те, що учасники зберігають власність на засоби виробництва, але не мають повних прав на готовий продукт, тобто втрачають комерційну самостійність. У синдикатів реалізація готової продукції здійснюється через загальну спеціально створену лінію збуту.
3. Трест – це об'єднання багатьох підприємств однієї чи декількох галузей промисловості, що супроводжується процесом злиття виробництва, управління, збуту, фінансів. Розподіл доходів та частки кожного учасника тресту здійснюється через розрахунок відсоткової ставки вкладеної суми на початку діяльності.
4. Багатогалузевий концерн – це об'єднання десятків і сотень підприємств різних галузей промисловості, транспорту, торгівлі, учасники якого втрачають право на формування обсягів виробництва та збуту продукції, а фірма, яка займає основне положення, здійснює контроль за іншими учасниками концерну.

¹ Наук. керівник: доц. Т.Ю. Туниця, д-р екон. наук – НЛТУ України, м. Львів

5. Конгломерат – це об'єднання, яке утворилося шляхом поглинання важливих різногалузових підприємств, які не мали повної виробничої та технічної єдності. Окрім основної мети, яка полягає у привласненні прибутків рентабельних компаній, конгломеративні поглинання прагнуть також уникнути коливань кон'юнктури ринку під час фінансових криз [3, с. 91-100].

З початку XIX ст. видобуток і торгівлю нафтою контролювали, фактично, вісім великих нафтових компаній: американські – "Ексон", "Мобіл", "Галф", "Тексако", "Сокал", англійська – "Бритиш петроліум"; англо-голландська – "Роял – Датч – Шелл" і французька – "Компані франсез дю петроль", які уклали між собою картельну угоду про принципи функціонування світового нафтового ринку. Фактично, ця угода передбачала незмінність розподілу промисловості та торгівлі нафтою між її учасниками. Компанії Міжнародного нафтового картелю (МНК), який було створено у 1928 р., одержували нафту за концесійними угодами, а експортували її за довгостроковими контрактами своїм відділенням, або ж самостійним переробним компаніям. Ціни на нафту встановлювалися МНК односторонньо, що давало змогу на довготривалі утримання низьких цін на сиру нафту та високу на нафтопродукти [12].

Отже, картель – основна форма контролю над нафтовим ринком, яка існувала з 1930-1980 років XX ст. Тенденції на ринку нафти дещо змінилися наприкінці XX ст., розширення світової економіки та початок функціонування фондів ринків для утримання монопольного контролю нафтові гравці були змушені до утворення більш складних форм монопольних об'єднань, і саме концернів, трастів та злиття. Це дає змогу зробити висновок, що світовий ринок нафти, у вузькій характеристиці, це групова монополія або все ж, таки олігополія, оскільки на ринку панує певна кількість олігополістів. Зазвичай у таких ситуаціях застосовують практику лідерства у цінах. Для того, щоб уникнути конкуренції наймогутніші компанії встановлюють ціни на свої продукти, а решта олігополістів за спільною мовчазною згодою встановлюють таку саму ціну з можливою похибкою в межах 5-7 %. На ринку станом на 2011 р. існують приблизно 50 нафтових компаній, проте передова десятка, яка контролює 80 % нафтового ринку і, фактично, диктує ціни та умови торгівлі для інших учасників (табл.) [13].

Табл. Перелік нафтових компаній-лідерів (за даними світових агенцій)

Назва компанії	Частка в світовій торгівлі нафтою (у %)
Saudi Aramco (ОАЕ)	14,02
Газпром (Росія)	10,05
National Iranian Oil Company (Іран)	9,55
Iraq National Oil Company (Ірак)	9,55
Exxon Mobil (Голандія)	7,90
ТНК-ВР (Росія-Великобританія)	6,71
Petro China (Китай)	6,50
Shell (США)	5,80
Chevron (США)	5,20
Kuwait Petroleum Corporation (Кувейт)	4,20

Джерело: розрахунки автора на основі матеріалів UNCTAD World Investment Report¹.

¹ [Електронний ресурс] [http://unctad.org/en/Pages/DIAE/World Investment Report/WIR2011_WebFlyer.aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/WIR2011_WebFlyer.aspx)

Наявність на ринку десятих крупних компаній свідчить, що на цьому ринку присутня, як вже зазначалося, не чиста монополія, а олігополістична монополія або олігополія.

Олігополія існує тоді, коли на ринку діє кілька масштабних продавців. Це є своєрідним поєднанням монополії і конкуренції. Невелика кількість продавців пояснюється тим, що новим учасникам складно увійти в цю галузь виробництва, найчастіше через обмеженість ресурсами, які вже є розподіленими між олігополістами. Також перешкодами на шляху до входження у галузь є пошук нових ринків збуту, коли попит на цей товар уже задоволений.

Щодо ринку нафти, то тут олігополісти діють узгоджено, переважно без цінової конкуренції для втримання відносно високих нафтових цін. Термін "олігополія" ввів у економічну теорію англійський соціаліст-утопіст Томас Мор (1478-1532 рр.). Згідно з іншими джерелами цей термін ввів у науковий обіг англійський економіст Є. Чемберлен. На олігополістичному ринку фірми-конкуренти застосовують контроль над цінами, рекламами і обсягами виробництва. Взаємозв'язок між олігопольними фірмами проявляється у різних формах поведінки від цінових війн до змов.

Модель олігополістичного ринку часто пов'язують з теорією ігор та рівноваги Неша. Цю теорію розробив Дж. Нейман та О. Моргенштерн в 1944 р., в подальшому розробку моделі продовжив Дж. Неш. Теорія ігор має велике значення в економічному аналізі. У моделі олігополії фірма впроваджує оптимальну політику, орієнтуючись на дії своїх конкурентів, і припускаючи, що конкуренти галузі будуть реагувати аналогічним чином. Цю концепцію сформулював Нобелівський лауреат Дж. Неш у 1951 р. і назвав "рівновага Неша". Умовами рівноваги є ситуація, коли один гравець ринку приймає рішення підвищити чи знизити ціну, рекламувати свою продукцію чи ні, збільшувати чи зменшувати обсяги виробництва, то другому гравцеві залишається тільки повторити дану стратегію і діяти аналогічно. У своїх перших наукових працях "Точка рівноваги у іграх за участю n-гравців" і "Проблеми заключення угод" (1950 р.), науковець зумів з науковою точністю зобразити правила дій учасників ринку, за яких вони отримують вигоду відповідно до обраної стратегії. Кожен учасник за допомогою виграної стратегії, пристосовуючись до поведінки інших гравців, які також намагаються покращити свої економічні умови, максимально зменшити свій ризик [5, с. 70-75].

"Рівновага Неша" – це результат, у якому стратегія кожного з гравців є найкращою з-поміж інших. Проте це теорія, в основному, зосереджена на існуванні дуополії, тобто двох основних гравців. Щодо ринку нафти, то великих і впливових фірм тут є значно більше, що унеможливило застосування цієї теорії. Також існують ще такі основні моделі олігополістичного ринку: модель Курно, цінові війни, лідерство у цінах, таємна змова та картелі, цінова надбавка, які детально проаналізуємо.

Першу модель дуополії запропоновано французький економіст Огюстен Курно ще в 1938 р. Його модель ґрунтувалася на таких передумовах:

- на ринку присутні тільки дві фірми;
- кожна фірма, приймаючи своє рішення, вважає ціну і обсяг виробництва конкурента постійними.

Фактично, модель Курно – це модель простої дуополії, коли на ринку існують дві фірми, дії одної з яких стимулюють дії іншої [6, с. 91-94].

Проте на ринку нафти існує більш ніж два основних експортери.

У реальній дійсності залежно від конкретно складних обставин поведінка конкурентів в якості відповідної реакції на дії одного з олігополістів може бути вельми різноманітною. Однак найбільш достовірною реакцією можна вважати те, що зниження ціни кимось із конкурентів викличе прагнення у решти вирівняти свої ціни, тобто знизити їх з метою не допустити розширення ринку продажів конкурента-ініціатора. Водночас підвищення цін одним з товаровиробників, як правило, залишають без уваги. Таке ігнорування підвищення цін з боку конкурентів пов'язано з надією збільшити свої частки в загальному обсязі продажів за рахунок того з олігополістів, який ризикнув підняти ціну на свій продукт.

Цінова війна – цикл послідовних знижень ціни на олігополістичному ринку фірмами-конкурентами. Вона є одним із багатьох можливих наслідків олігополістичного суперництва. Війни цін гарні для споживачів, але погані для прибутків продавців. Це поступове зменшення цін з метою отримати більшу частку ринку, яке відбувається до того моменту, коли ціна буде дорівнювати граничним витратам і зниження втратить буд-який зміст [11, с. 847].

Проте нафтові ціни, зазвичай, зберігають постійну тенденцію до зростання. Таємна змова – це усна домовленість між олігополістами з метою здійснення контролю над ціною та ринком загалом. Яскравим прикладом таємної змови є джентльменська угода, яка також є усною домовленістю здійсненою у на вимушеній обстановці та за рамками робочого часу. Олігополісти при таємній змові лише створюють видимість наявності конкуренції, тоді як ціни та обсяги узгоджують між собою.

Картель, як зазначалося вище, – це угода декількох підприємств, що встановлює для всіх учасників обсяг виробництва, ціни на товар, умови найму робочої сили, обміну патентами, розмежування ринків збуту і частку кожного учасника в загальному обсязі виробництва і збуту. Картель відносять як до моделей монополії, так і до олігополії. На думку автора, картель більше відноситься до олігополії, оскільки контролює лише частину ринку і мусить враховувати стратегію торгівлі на картельованих підприємствах.

ОПЕК, як основний нафтовий картель, не завжди діяв ефективно, міцно контролюючи ринок нафти лише на початку свого існування, згодом зміни позицій та вихід на ринок нових гравців, змушений частково поступитися своїм місцем на ринку.

Лідерство у цінах – це така форма ринкової моделі, за якої існує лідируючий олігополіст, усі інші діють відповідно до його цінової політики. Зміни в ціні відбуваються у тому випадку, коли значно змінюється крива витрат, коли зміни незначні, лідируючий олігополіст переважно не реагує.

Політика цінової надбавки – це розрахунок світової ціни на олігополістичному ринку за допомогою додавання визначеної відсоткової надбавки до середніх витрат. Така модель переважно існує, де диференціація товару є значною та олігополісти здійснюють нецінову конкуренцію [4, с. 5-6].

Щодо ринку нафти, то приклади яскраво вираженої моделі лідирування цін та цінової надбавки не було виявлено. Хоча варто зазначити, що певна тенденція світової ціни є визначена, яка в основному має динаміку до зростання. Це можна пояснити неформальним поділом ринку збуту між основними експортерами, який також не є чітко визначеним. Також розрізняють два типи олігополії: межі якої є чітко встановлені та жорсткі (існують 2-4 підприємства) і розпливчасті (існують 6-10 підприємств) згідно з табл. та, з іншого боку, аналізу кількості основних країн-експортерів: країн ОПЕК (картель, який в певні періоди втрачає свою ефективність), Великобританія, Норвегія, Мексика, Росія, США, ринок нафти можна назвати розпливчастою монополією.

Безперечно, що дія на ринку монополії, зокрема, і олігополістичної, дає позивні і негативні економічні наслідки. Насамперед, монополії спричиняють зниження продуктивності, погіршення якості, ріст цін, вилучення з економіки коштів; вони поглиблюють проблему неплатежів, можливість чинення тиску на уряд та міжнародну політику загалом. Адже контроль над світовими енергоресурсами дає не лише економічну силу, а й політичну, фінансову і дипломатичну. Проте існують і позитивні ефекти – фінансові вливання в економіку країн, які не змогли розвивати власну нафтову промисловість, шляхом викупу великими нафтовими компаніями нафтопереробних заводів іншим країн з метою продажу на їх територіях пального під своїм брендом; розвиток інноваційних технологій.

Висновки. Отже, контроль над ринком нафти дає змогу відносно невеликій кількості фірм впливати не лише на світову економіку, а й формувати світові сфери впливу, втручатися у світову політику і міжнародні відносини. Зараз на ринку нафти діє "розпливчаста олігополія" змішаного економічного і природного типу утворення, тенденції розвитку та межі дії, які важко прогнозувати. Також в історії розвитку нафти зафіксовані приклади картелю, злиття, поглинання. Десятка нафтових гігантів контролює 80 % нафтового ринку, які належать до світової нафтової торгівлі. З метою втримання своїх позицій вони і надалі здійснюють поглинання, злиття і об'єднання нафтових заводів і цим самим прагнуть створити значно жорсткіші або й неможливі умови входження у світову нафтову промисловість.

Література

1. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики : підручник / З.М. Борисенко. – К. : Вид-во "Таксон", 2004. – 704 с.
2. Никеров Г.И. Монополизация рынка по законодательству США, ЕБС и России / Г.И. Никеров // Экономика. Политика. Культура. – 1999. – № 6. – С. 83-90.
3. Никитин С. Государство и проблема монополии / С. Никитин, Е. Глазова, М. Степанова. – М. : Изд-во "Ватсон". – 1994. – № 7. – С. 91-103.
4. Расков Н.В. "Видимая рука" Адама Смита в зеркале российских деформаций / Н.В. Расков // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Сер. 5. – М. : Изд-во "Экономика". – 1996. – Вып. 4 (№ 26). – С. 3-13.
5. Бродский Н.Ю. Естественная монополия и ее экономические границы / Н.Ю. Бродский // Вестник Московского университета. – Сер. 6. – М. : Изд-во "Экономика". – 1999. – № 1. – С. 60-75.
6. Брагинский О.Б. Нефтегазовый комплекс мира / О.Б. Брагинский. – М. : Изд-во "Ватсон", 2006. – С. 91-93.

7. Луцишин З.О. Фінансові стратегії на світовому енергетичному ринку / З.О. Луцишин, О.І. Дікарєв // Світ фінансів. – 2009. – № 3. – С. 40-55.
8. Griffin J.M. OPEC Behavior: A Test of Alternative Hypotheses / J.M. Griffin // American Economics Review. – 1985. – Vol. 75(5). – Pp. 954-963.
9. Hansen P.V. The Market Power of OPEC 1973-2001 / P.V. Hansen, L. Lindholt // Research Department of Statistics Norway, Discussion Paper, 2004. – 385 p.
10. Закон України "Про природні монополії" від 20.04.2000 р., № 1682-III, зі змінами і доповнен. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1682-14>
11. Економічна енциклопедія. – У 3-ох т. – Т. 2 / ред. кол.: відп. ред. С.В. Мочерний та ін. – К.: Вид. центр "Академія". – 2000. – 847 с.
12. Chao-Wei L. Singapore's Export Promotion Strategy and Economic Growth / L. Chao-Wei // Working paper. – 2001, March. – № 116. – 18 p.

Когут О.І. Аналіз економічної моделі мирового рынка нефти

Рассмотрены и описаны основные рыночные модели, которые встречаются в экономической науке, а именно модели монополии и олигополии, поскольку они являются более приближенными к мировому рынку нефти. Обобщена теоретическая база для анализа мировых рынков и определения типа модели рынка. Проанализированы основные механизмы и принципы олигополии, описаны основные пять форм монополии, и приведены примеры из истории развития и функционирования мирового рынка нефти.

Ключевые слова: монополия, олигополия, рыночная структура, конкуренция, картель, тайный сговор, ценовые войны.

Kogut O.I. Analysis of economic model of word oil market

The main market models: monopoly and oligopoly, as they are more close to word oil market, are described in the paper. In the article are made the theoretical framework for the analysis of global markets and determination of the type of market model. The basic mechanisms and principles of oligopoly, five forms of monopoly and follow their examples in the history of the development and functioning of the world oil market are described.

Keywords: monopoly, oligopoly, market structure, competition, cartel, collusion, price wars.

УДК 336.77

*Доц. О.Я. Маліновська, канд. екон. наук;
аспір. Н.Л. П'ятниця – Львівська державна фінансова академія*

ПРОБЛЕМА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Розглянуто проблеми забезпечення кредитоспроможності підприємств агропромислового комплексу України в післякризовий період. Досліджено динаміку кредитування сільськогосподарських підприємств в Україні. Проаналізовано низку недоліків державного регулювання фінансування підприємств АПК. Запропоновано напрями покращення кредитоспроможності підприємств агропромислового комплексу на основі співпраці держави, банківських установ та суб'єктів діяльності АПК.

Ключові слова: господарська діяльність, підприємства агропромислового комплексу, кредитоспроможність, лізинг, соціальне партнерство.

Постановка проблеми. В період, коли економіка України зазнала потужного удару під впливом світової фінансової кризи, найбільш незахищеним та вразливим видом економічної діяльності виявилось сільське господарство. Незважаючи на те, що саме на післякризовий період припало завершен-

ня реформування аграрного сектора економіки України на ринкових засадах, це, на жаль, не сприяло стабілізації й підвищенню ефективності аграрних формуваль. Залишається актуальною проблема зниження ефективності сільськогосподарського виробництва галузі продовольчої безпеки та зростання імпортової залежності агропродовольчого ринку країни. Хронічний брак фінансових ресурсів у суб'єктів господарювання, передусім обігових коштів у період проведення сільськогосподарських робіт у рільництві, зумовлює істотне зниження оптових цін на продукцію галузі за одночасного зростання роздрібних цін на продовольство.

Ці та інші не менш наболілі проблеми підвищують необхідність залучення у агропромисловий комплекс кредитних коштів не лише вітчизняних, але і зарубіжних інвесторів, що передбачає необхідність врегулювання кредитного механізму АПК.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні аспекти фінансування та кредитування підприємств агропромислового комплексу широко досліджено у працях вітчизняних учених: В. Андрійчука, О. Данілова, М. Дем'яненка, С. Дем'яненка, П. Лайка, М. Мороза, В. Мессель-Веселяка, П. Саблука, М. Сахацького, В. Ситника, О. Євтуха, С. Колотухи, І. Чапка, О. Гудзь та інших. Серед зарубіжних фахівців потрібно виділити таких авторів: Кузьміна І., Пошкус Б., Нікітіна О., Зорю С., Ш. фон Крамона Таубадела, Ліферта У., Персаунда С., Твітена Л., Кокрана У. та інших.

Проте, незважаючи на численні доробки науковців у цій сфері, невирішеними залишаються питання забезпечення кредитоспроможності підприємств агропромислового комплексу (АПК) України, що є особливо актуальним у післякризовий період.

Постановка завдання. Отже, існує об'єктивна необхідність подальшого дослідження цієї проблеми і розроблення та вдосконалення організаційно-економічного механізму формування кредитоспроможності підприємств АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єктивна необхідність державного кредитування АПК в сучасних умовах зумовлена тим, що надання кредитів є одним із ключових компонентів його стабільного розвитку. Воно включає функціонування системи кооперативних банків, підтримку розвитку кредитних спілок, розроблення умов іпотечного кредитування та мікрокредитування, застосування державного механізму надання пільгових кредитів за схемою компенсації процентної ставки. Система пільгового кредитування аграрних підприємств поширюється на: – цукрові та буряконасінні заводи; – зернозаготівельні та зернопереробні підприємства; – організації споживчої кооперації; – сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, що займаються заготівлею і збутом продукції; – спеціалізовані підприємства з виробництва м'яса свинини та птичого господарства; – підприємства та організації сільськогосподарського машинобудування, що займаються виробництвом і реалізацією сільгосптехніки; – інші підприємства АПК. Ефективність дії цільової програми фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств через систему здешевлення кредитів багато в чому залежить від механізму її практичної реалізації.