

Михайлишин Л. І.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК БЛАГ ГЛОБАЛЬНОЇ СПОЖИВЧОЇ СИСТЕМИ

В роботі досліджено особливості позиціонування інновацій в системі глобального споживання. Проаналізовано склад факторів, параметри та способи споживання благ в глобальному середовищі. Встановлено, що споживання інновацій здійснюється у відповідності до споживчої корисності, вартості та суспільного сприйняття. Визначено напрями забезпечення і критерії формування інноваційного розвитку економіки України в умовах Євроінтеграції.

Ключові слова: інновації, виробничі інновації, споживчі інновації, сприйняття інновацій, інноваційні потреби, глобальна споживча система.

1. Вступ

Процес поширення інновацій в усі сфери життєдіяльності людства став ключовим фактором розвитку цивілізації та основним трендом світової економіки в сучасних умовах, адже він дозволяє не тільки забезпечувати поліпшення якості продукції та послуг, економити трудові і матеріальні витрати, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати організацію виробництва та нарощувати його ефективність, а й виступає основним механізмом раціоналізації впливу фактора циклічності економіки і фази кризи зокрема шляхом стимулювання споживчої системи. Ця особливість є наслідком спорідненості характеру розвитку ринкової економіки, яка ґрунтується на доданій вартості, прагнучи до постійного прогресивного росту, і концептом інновацій, які, в теорії, мають необмежений потенціал в удосконаленні, а тому акумулює все нових і нових споживачів. Саме тому інновації можуть, а той повинні, стати урівноважуючим фактором в процесі використання і відтворення ресурсів, і як наслідок стабілізатором глобальних економічних процесів. Особливо ця властивість проявилась у період фінансово-економічної кризи, коли діяльність високотехнологічних компаній сфери ІТ (Google, Apple, Amazon.com) зазнала менших, а то й взагалі не відчувла втрат, на відміну від корпорацій в більш традиційних галузях економіки.

Відсталість технологічної структури, низький технологічний рівень виробничої бази економіки України, слабе фінансування з боку держави наукових робіт та НДДКР, брак фінансових ресурсів не дають можливості вітчизняним підприємствам розвиватися на власній науково-технічній основі, а тому процес подолання кризових явищ суттєво ускладнюється та значно розтягується, при чому потреби вітчизняних споживачів відповідають сучасним інноваційним товарам, котрі національні товаровиробники не в змозі забезпечити, а отже перспективи імпортозаміщення край низькі.

Враховуючи вищезазначене, актуальність представленої роботи, в якій досліджено проблеми та перспективи подальшого розвитку інновацій в контексті становлення глобальної споживчої системи є беззаперечною.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Проблеми розвитку інноваційної діяльності піднімаються в дослідженнях таких учених: П. Друкер [1], І. М. Мірошник [2], Ю. П. Морозов [3], які досліджували інновації як продукт, нововведення, удосконалення, В. М. Ковальчук [4] — як процес.

Глобальний розвиток інновацій та світовий досвід функціонування ТНК в сфері створення технологій на основі НДДКР та ринкове освоєння інновацій, знайшли своє відображення в наукових публікаціях вітчизняних дослідників — В. М. Геєця [5], Л. Л. Кістерського [6]. При цьому стратегія інноваційного забезпечення розглядається на макро- та макрорівні в контексті процесів глобалізації, інтеграції та регіонального розвитку. У працях О. Білоуса [7], А. Скаленка [8] простежується переважно глобально-корпоративний підхід до проблеми розвитку інновацій.

Однак незважаючи на значну науково методичну базу та наявність великої кількості прикладних досліджень в сфері інновацій і інноваційного розвитку, ці економічні категорії розглядаються як фактори підвищення ефективності виробництва, чинники зростання економіки та стимули транснаціоналізаційних процесів, тоді як їх вплив на систему споживання в глобальному масштабі залишається недостатньо дослідженим.

3. Об'єкт, ціль та задачі дослідження

Об'єкт дослідження — процес поширення інновацій в глобальній системі споживання, умови виникнення попиту та сфери їх розподілу.

Проведене дослідження ставило за *мету* встановити особливості впливу розвитку інновацій на глобальну споживчу систему в контексті виділення їх характеристик як фактора виробництва чи кінцевого товару.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні завдання:

- визначити вплив інноваційної діяльності на товари особистого споживання та товари виробничого призначення;
- дослідження закономірностей розвитку інноваційних компаній в сучасних умовах;

— розробка пропозицій, щодо активізації інноваційної діяльності національних товаровиробників України в контексті забезпечення сучасних потреб глобальної споживчої системи.

4. Матеріали та методи дослідження впливу результатів інноваційної діяльності на глобальну споживчу систему

У дослідженні використано аналітичний метод для встановлення сучасних масштабів та ретроспективних показників розвитку інноваційних компаній; досліджено закономірності впливу інновацій на структуру благ «піраміди Маслоу» та еволюції виробничої сфери. За допомогою методів порівняння визначені тенденції розвитку інновацій в різних країнах світу та окреслено можливі варіанти трансформації цієї сфери економічних відносин. При використанні методів наукових припущень та логічного узагальнення розроблені сценарії активізації інноваційної діяльності на підприємствах України в контексті покриття виробничих і споживчих потреб в національному і глобальному масштабах.

5. Результати дослідження впливу результатів інноваційної діяльності на глобальну споживчу систему

Прагнення до пізнання, удосконалення, створення, зміни, перебудови, розуміння будь-яких явищ, предметів, процесів, закладено в самій сутності людини як істоти. В результаті реалізації цих прагнень з'являються все нові предмети, наукові теорії, концепції, закони, прилади, а в індустріальну епоху засоби виробництва і т. п. В загальному цей процес можна назвати інноваційною діяльністю, а поширення її результатів стало основним рушієм еволюції людини і глобальних суспільних відносин. Однак, якщо в ранніх епохах результати інноваційної діяльності ставали загально цивілізаційним надбанням, то в індустріальну

еру — вони піддалися впливу комерціалізації і почали розглядатися як елемент економічних відносин. Вплив комерціалізації на інноваційну діяльність є неоднозначним. По-перше, можливість отримати комерційну винагороду виступає додатковим стимулом для людей-новаторів, а тому, вони прагнуть до нових досягнень в своїй діяльності. По-друге, комерціалізація інновацій породила можливість продажу інтелектуальної власності, а це в свою чергу дещо обмежує статус інновацій як суспільного надбання, адже без комерційного успіху конкретної розробки її просто «заморожують» і, навпаки, — значний комерційний успіх інновації робить її комерційною таємницею, а отже суттєво, обмежується загальне її використання. Попри це саме індустріальна і сучасна постіндустріальна (цифрова) епоха стали періодом найбільш динамічного розвитку інновацій, які не тільки постійно диверсифікуються, а й нарощує темпи удосконалення, перебудови, трансформації і т. д.

Комерціалізація інновацій в глобальній економічній системі дозволяє нам виділити два окремі підходи щодо дослідження їх природи і тенденцій розвитку. Перший підхід — це виробничий підхід. Даний підхід найбільш поширений в сучасній економічній науці, оскільки він представляє інновації з точки зору удосконалення виробничих відносин, оптимізації витрат, підвищення продуктивності праці, використання відтворювальних джерел енергії, оптимізації впливу на навколишнє середовище, удосконалення окремої групи товарів, створення нових видів послуг і т. д. Тобто, за підходом інновації інтерпретуються як різні сфери бізнесу, методи його ведення, котрі в сукупності формують так звану інноваційну економіку. Другий підхід — це споживчий підхід. Цей підхід хоча й переплітається в деяких категоріях з попереднім, однак за своєю сутністю є набагато складнішим, оскільки розглядає інноваційну діяльність не як сферу бізнесу, а як об'єкт споживання, тобто, потребу суспільства, чи окремого індивіда (або учасника) суспільних відносин.

Схеми позиціонування інноваційної діяльності за першим і другим підходами представлено на рис. 1.

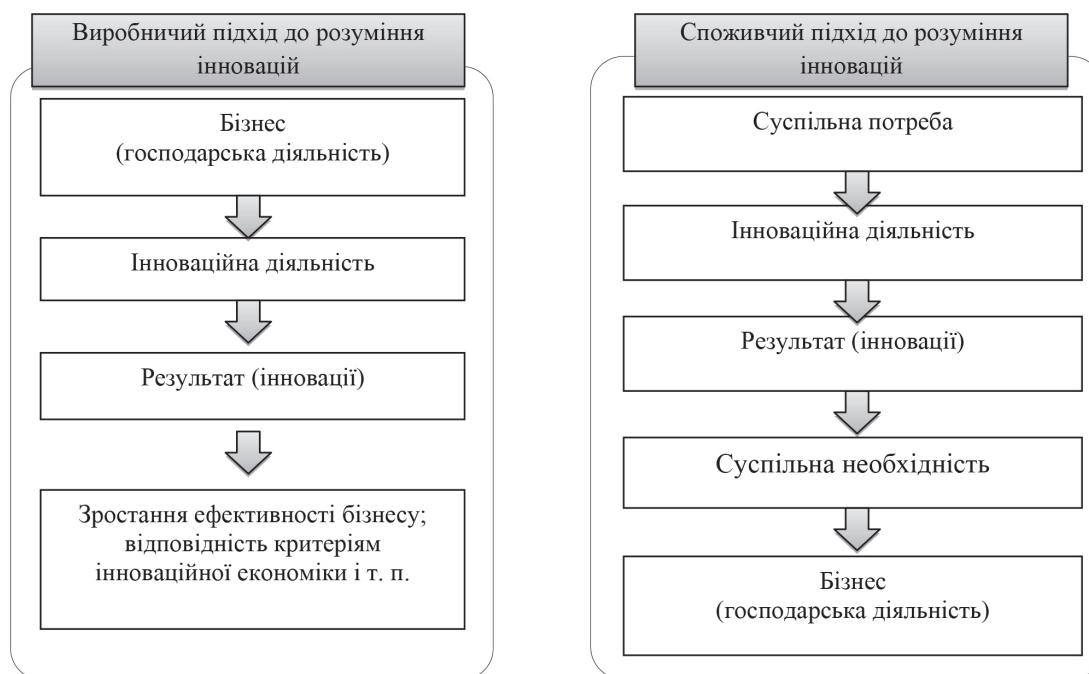


Рис. 1. Позиціонування інновацій в виробничому і споживчому підходах до розуміння інноваційної діяльності

В споживчому підході розуміння сутності інноваційної діяльності доцільно здійснювати через співставлення її результатів до благ особистого споживання і благ виробничого призначення. І в першій, і в другій категорії благ, інновації перед тим як піддатися впливу комерціалізації, стають суспільною необхідністю, коригуючи структуру піраміди «Маслоу» в першому випадку і зумовлюють технологічний прорив в другому. Як приклад такої інноваційної діяльності можна визначити досягнення М. Фарадея в сфері електромагнетизму, що стало основою глобальної електрифікації, і, сама по собі, електроенергія стала практично благом першої необхідності для сучасної людини. Такі ж перспективи можна передбачити в найближчому майбутньому для сфери комунікацій, мережі internet, ресурсозберігаючих технологій і т. д. (в розвинутих країнах вони вже практично прирівняні в статусі). В центрі цих процесів стоять інтернет-ресурси соціальних мереж, інтернет-ресурси з продажу товарів та глобальні ІТ-компанії. Таким чином, можна зробити припущення, що інновації не просто задовольняють суспільні потреби людини, але й створюють їх, при чому, здатні впливати і на послідовність задоволення. Так, для сучасної людини, потреба в мобільному зв'язку є найзагальнішою ніж потреби в суспільному визнанні, і прирівнюється за Маслоу до третього рівня потреб — потреб дружби, сім'ї і спілкування. Вагомим свідченням цього виступає той факт, що за різними даними, сьогоднішня кількість користувачів мобільного зв'язку сягає 6–7 млрд. користувачів або 85–95 % населення землі. Для порівняння кількість автомобілів в світі становить лише трохи більше 1 млрд.

Проте такий вплив інновацій на глобальну споживчу систему не обмежується лише сферою послуг. Інноваційна діяльність людства сприяла й створенню товарів, які також внесли свій вклад в піраміду потреб сучасної людини і особливість такого вкладу в тому, що людина прагне не певного блага в загальному його розумінні, а блага конкретної марки — бренду.

Так, із зароблених компанією Apple 49 млрд. дол. США в 2015 р. — 31 млрд. принесли продажі смартфонів iPhone, що становить понад 65 %. У планах корпорації на наступний рік вже значиться перевищення нинішньої планки в 200 млн. смартфонів як мінімум на 20–30 млн. одиниць [9].

Проте, помилковим було б представлення інновацій як виключного фактора, що визначає параметри глобальної системи споживання. Інновації виступають лише елементом взаємовідносин, відносно якого встановлюється споживчі відносини. Критерієм сприйняття інновації і визначальним фактором їх поширення в структурі глобальної споживчої системи є паритет суспільного сприйняття і вартості споживання. А отже успішність процесу імплементації інноваційних товарів в глобальну споживчу систему залежить від ряду суб'єктивних чинників. Це призводить до того, що окремі інноваційні розробки не залежно від рівня їх суспільної корисності можуть бути відкинуті споживачами через надмірну вартість, чи потребу в перевлаштуванні суспільної свідомості і стандартів. Свого часу дію таких споживчих чинників відчули розробники операційних систем Linux та MacOS. На відміну від операційної системи компанії Microsoft Windows вищезгадані програмні продукти мали ряд переваг щодо стійкості при вірусних атаках, однак їх споживання не стало настільки ж масовим.

Особливого значення сфера паритету суспільного сприйняття і вартості набуває для інновацій, котрі за споживчим підходом можна віднести до благ виробничого призначення. Споживачами цих інновацій виступають комерційні структури, які прагнуть оптимізувати свою діяльність. В такому випадку, вартість спожитих (залучених) інноваційповністю, або частково, передаватиметься на виготовлений товар, що в результаті може підвищити ціну до такої міри, що потенційний покупець відмовиться від його споживання, а відсутність чи спад продажів не забезпечить очікуваного ефекту. Отже, споживання комерційною установою даної інновації є невиправданим і звісно поширення такого споживання не настане. Прикладом, що вписується в вищевказану ситуацію є ідея щодо побудови несучих кузовів легкових автомобілів з вуглеволокна. Як показує досвід проведення перегонів внаслідок такої конструкції зменшується вага (а це в свою чергу суттєво впливає на розхід палива, керуваність, знос агрегатів), збільшується безпека, зникає потреба в використанні сталі і т. п. Однак, сучасний стан технологій щодо виробництва такої конструкції вимагає значних витрат часу і наявності високовартісних матеріалів, які в підсумку значно підвищують вартість автомобіля до такого значення, що масовий споживач просто не в змозі її придбати, в результаті чого подібні технології використовуються лише в конструюванні автомобілів спеціального призначення (для перегонів) чи елітного класу.

Прецедентом невідповідності вимог глобальної системи споживання і досягненнями інноваційної діяльності стали трансатлантичні польоти надзвуковими пасажирськими лайнерами Aérospatiale-BAC Concorde. «Конкорди» експлуатувались компаніями British Airways та Air France, кожна з яких мала по 7 літаків. За 27 років регулярних і чартерних рейсів було перевезено більше 3 мільйонів пасажирів, загальний наліт літаків становив 243 845 годин. Через надзвичайно великі витрати комерційна експлуатація «Конкордів» була в цілому збитковою, в результаті чого літаки були зняті з експлуатації у 2003 р. Хоча «Конкорд» і став одним із найвизначніших досягнень науки в сфері аеродинаміки й літакобудування, глобальна споживча система зробила його історією і визначальними факторами стали витрати на паливо, менший рівень комфорту, складність обслуговування і менший рівень безпеки, ніж при традиційних польотах.

Отже, можна зробити припущення про те, що в глобальній системі споживання інновації сприймаються як блага, а їх поширення в більшій мірі залежить від можливостей їх придбання, аніж від створюваного суспільного прогресу. При встановленні паритету суспільного сприйняття і можливостей придбання розвиток інновацій зазнає синергетичного ефекту і сприяє трансформації в структурі суспільних потреб.

6. Обговорення результатів щодо розвитку інновацій в Україні в контексті забезпечення потреб глобальної системи споживання

Сучасний стан економіки України не тільки не відповідає рівню суспільних потреб, а й не в змозі реалізувати наявний потенціал саморозвитку. Основною причиною такого стану є незадовільний рівень комер-

ціалізації інноваційних розробок і відсталість виробничих технологій. Іншою проблемою залишається й те, що фактично національний споживчий сектор піддався впливу глобалізації, а тому вітчизняний споживач став надійним сегментом ринку для сучасних глобальних інноваційних компаній. Безальтернативність імпорту в сфері високотехнологічних товарів, автомобілебудування, виробництва цифрових приладів та програмного забезпечення для них і т. п. в значній мірі забезпечують високу залежність економіки від показників платіжного балансу і курсу іноземних валют.

Низький рівень інноваційності вітчизняного підприємницького сектору створює також опосередкований вплив на сектор споживання, адже низька продуктивність виробництва не дає можливості збільшити оплату праці і тим самим підвищити платоспроможність споживача. Так за даними Federal reserve Bank of St. Louis з 63-х країн, класифікованих за принципом розрахунку ВВП на годину відпрацьованого часу, Україна посідає 56-е місце, виробляючи приблизно 5 доларів вартості на годину. Це в три рази менше вартості, виробленої за годину в Польщі чи в Росії, і близько 5 % від вартості, виробленої за годину роботи в Швейцарії [10].

У вітчизняній науці посилення Євроінтеграційних процесів в Україні часто прив'язують з можливостями залучення іноземних інвесторів і модернізацією виробничого сектора у відповідність до Європейських стандартів. Такий підхід є правильним, однак малоефективним із стратегічної точки зору. Це пов'язано з тим, що за таких умов вітчизняна економічна система стає простим споживачем уже розроблених технологій, які мало того, що залучатимуться з певною доданою вартістю, але й не забезпечать конкурентних переваг у перерозподілі ринків з розвинутими державами. Трансфер існуючих технологій лише урівноважує шанси, однак не створює переваг.

В існуючій ситуації для України є набагато перспективнішим розвиток власних інноваційних підприємств, в діяльності котрих покладались би потреби глобальної споживчої системи, однак сам товар інтерпретувалась з особливими характеристиками. Наприклад, виробництво легкових автомобілів з надзвичайно високим рівнем надійності деталей підвіски (наслідком як правило стане нижчий рівень точності керування), що актуально для внутрішнього споживача та споживачів країн Європи, котрі характеризуються меншим рівнем розвитку. Такий продукт має виступити альтернативою дешевих китайських товарів, оскільки має пропонувати неабияку надійність в експлуатації.

Індивідуальні характеристики інноваційних товарів приваблюють будь-якого споживача і часто здатні перерозподілити глобальну систему споживання в різних сегментах. Одним із таких перерозподілів глобальної системи споживання став випуск в 1964 р. компанією Ford Motor Company моделі Ford Mustang 1, автомобіль сегменту Pony Car виробництва, який був створений на базі агрегатів сімейного седану Ford Falcon. За рахунок цього ця модель була доступна пересічному споживачу, однак його популярність призвела до того, що власниками цього автомобіля стали люди з високим рівнем доходів (Джим Морісон, Ніл Армстронг, Брюс Вільс та ін.). Зараз в світі запущено 6-те покоління цієї моделі і у світі автомобілістів це ціла епоха, а не просто товар окремого виробника. Таким чином про-

цес впровадження інновацій в господарську діяльність економічних суб'єктів України необхідно здійснювати не лише в контексті використання певного досвіду, а й одночасно враховувати індивідуальні творчі (креативні) ідеї, що можуть бути сприйняті глобальною споживчою системою.

В перспективі розвитку і вдосконалення представлених досліджень виступатиме авторська розробка фінансово-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в контексті стратегічної відповідності тенденціям попиту на інновації в глобальній споживчій системі.

7. Висновки

На основі проведеного дослідження зроблені наступні висновки:

1. Проведене дослідження інновацій як благ глобальної системи споживання дає підстави стверджувати, що незалежно від того чи інновації є товарами особистого споживання чи товарами виробничого призначення їх споживання залежить від рівня суспільного сприйняття (споживчої корисності), вартості та існуючих тенденцій розвитку цивілізації в цілому. Комплексне поєднання цих факторів надає тій чи іншій інновації статусу необхідного блага для людини і суспільства.
2. Глобальні інноваційні компанії, що створюють новітні товари для масового, глобального споживача хоча і відзначаються стійкою позицією до впливу кризових явищ, проте задля збереження власної капіталізації повинні постійно удосконалювати відповідні продукти.
3. Встановлено, що для України потреба в інноваціях має покриватися не лише за рахунок трансферу технологій і залучення іноземних інвестицій, а в більшій мірі через використання креативних ідей внутрішніх новаторів задля створення інноваційних благ, що можуть стати трендом глобальної системи споживання в майбутньому.

Література

1. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента: Весь Питер Друкер в одной книге: лучшие работы по менеджменту, написанные за 60 лет [Текст] / П. Ф. Друкер; пер. с англ. О. Л. Пелявский. — М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 421 с.
2. Мірошник, І. М. Національні інноваційні системи та розвиток високотехнологічних галузей, підприємств, компаній [Текст]: монографія / І. М. Мірошник. — К.: Наукова думка, 2003. — 380 с.
3. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент [Текст]: учеб. пос. / Ю. П. Морозов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 446 с.
4. Ковальчук, В. М. Структурна перебудова національної економіки у контексті інноваційного розвитку [Текст]: монографія / В. М. Ковальчук. — К., 2005. — 240 с.
5. Геєць, В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку [Текст] / В. М. Геєць. — К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2009. — 864 с.
6. Кістерський, Л. Л. Міжнародна технічна допомога: шляхи підвищення ефективності [Текст]: монографія / Л. Л. Кістерський, Т. В. Липова. — К., 2010. — 240 с.
7. Білоус, Г. Розвиток малого підприємництва в Україні [Текст] / Г. Білоус // Економіка України. — 2000. — № 2. — С. 35–41.
8. Скаленко, А. К. Системно-информационное измерение экономических реформ в Украине [Текст]: монографія; пер. с укр. / А. К. Скаленко; под ред. О. Г. Белоруса // Глобальные резервы роста. — К.: Информационно-издательский центр «Интеллект», 2002. — С. 175–187.

9. Круте піке: Apple втратила \$110 млрд капіталізації за два тижні [Електронний ресурс] // Forbs Україна. — 07.08.2015. — Режим доступу: \www/URL: <http://forbes.net.ua/ua/business/1399811-krute-pike-apple-vtratila-110-mlrd-kapitalizaciyi-za-dva-tizhni>
10. How Should Labor Productivity Be Measured? [Electronic resource] // Federal reserve Bank of St. Louis. — 03.03.2015. — Available at: \www/URL: <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2015/march/how-should-labor-productivity-be-measured>

ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК БЛАГ ГЛОБАЛЬНОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СИСТЕМЫ

В работе исследованы особенности позиционирования инноваций в системе глобального потребления. Проанализирован состав факторов, параметры и способы потребления благ в глобальной среде. Установлено, что потребление инноваций осуществляется в соответствии с потребительской полезностью, стоимостью и общественным восприятием. Определены направления обеспечения и критерии формирования инновационного развития экономики Украины в условиях евроинтеграции.

Ключевые слова: инновации, производственные инновации, потребительские инновации, восприятие инноваций, инновационные потребности, глобальная потребительская система.

Михайлишин Лілія Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, в. о. завідувача кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту, Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Тернопільського національного економічного університету, Україна, e-mail: Lilya-M@ukr.net.

Михайлишин Лилия Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой международной экономики, маркетинга и менеджмента, Ивано-Франковский учебно-научный институт менеджмента Тернопольского национального экономического университета, Украина.

Mykhailyshyn Lilya, Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management of Ternopil National Economic University, Ukraine, e-mail: Lilya-M@ukr.net

УДК 332.025.12:005.591.3 – 021.387:338.439.5
DOI: 10.15587/2312-8372.2016.66309

Кулаковська Т. А.

РОЗРОБКА КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ТА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРА

В статті розглянуті основні проблеми низької ефективності заходів державного регулювання розвитку агропродовольчого сектора України. Проаналізовано концептуальні підходи до підтримки розвитку агропродовольчого сектора. Визначені основні методологічні засади державного регулювання розвитку агропродовольчих ринків з урахуванням циклічності розвитку господарської системи та ланцюга створення доданої вартості кінцевого продукту.

Ключові слова: державне регулювання, агропродовольчий сектор, ланцюг створення доданої вартості, циклічність розвитку.

1. Вступ

Державне регулювання на агропродовольчому ринку слід розглядати як економічний вплив держави на сфери виробництва, переробки та реалізації сільсько-господарської продукції, сировини та продовольства. У ланцюгу виробництва вартості кінцевого продукту найбільш вразливою галуззю є сільське господарство. Це пов'язано з особливими умовами функціонування сільського господарства, серед яких природно-кліматичні умови і сезонність агровиробництва, нетривалий термін зберігання продуктів, недостатність обігових коштів, які «вимиваються» через тривалий диспаритет цін, застаріла техніко-технологічна база, несприятливі умови для інвестування сектора, неможливість самостійно без допомоги держави подолати кризові явища [1, 2]. У сучасних умовах економічного розвитку особливо актуальною стає проблема державного регулювання та

підтримки розвитку сільського господарства, оскільки воно є стратегічно значущою сферою соціально-економічного розвитку суспільства, яка визначає рівень життя населення і забезпечує продовольчу безпеку країни. Однак ефективність вирішення проблем сільського господарства відокремлено від проблем галузей, які приймають участь у ланцюгу створення доданої вартості, різко знижується. Тому важливо приділити увагу розробці комплексного та системного механізму розв'язання проблем агропродовольчої сфери.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Науковці виділяють два методологічні підходи до регулювання розвитку агропродовольчого сектора: перший підхід відстоюють науковці-аграрники, які схиляються до думку про особливий підхід до державного