


УДК 338.1:664.1

JEL E30, Q11, Q13

Методичні підходи до аналізу кон'юнктури ринку цукру

Пархоменко Л.М. 

ННЦ «Інститут аграрної економіки»

 E-mail: 240779@ukr.net



Пархоменко Л.М. Методичні підходи до аналізу кон'юнктури ринку цукру. Економіка та управління АПК. 2024. № 1. С. 74–84.

Parkhomenko L. Methodical approaches to the analysis of sugar market conditions. AIC Economics and Management. 2024. № 1. PP. 74–84.

Рукопис отримано: 29.03.2024 р.

Прийнято: 12.04.2024 р.

Затверджено до друку: 24.05.2024 р.

doi: 10.33245/2310-9262-2024-189-1-74-84

У статті розглядаються методичні підходи до аналізу кон'юнктури ринку цукру. Аргументовано, що провідна роль у комплексних дослідженнях ринку сільськогосподарської продукції та продовольства належить аналізу його кон'юнктури, що визначає кількісні параметри розвитку і загальну якісну характеристику стану ринку. Проте, щодо категорії «кон'юнктура ринку» й досі не запропоновано однозначного визначення. Представники різних шкіл висловлюють власні погляди на предмет, методи і цілі кон'юнктурних досліджень.

Виділено основні групи показників аналізу та прогнозу кон'юнктури ринку цукру: показники виробництва; внутрішнього товарообороту; зовнішньої торгівлі; динаміки та рівня цін; фінансові показники, які дозволяють урахувати вплив сукупності чинників та умов зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування суб'єктів ринку. Наголошено, що в закордонній практиці для оцінювання кон'юнктури ринку часто використовують індекси ділової активності (динаміка основних характеристик виробництва товарів, товарних запасів, цін). Зазначено, що для аналізу кон'юнктури будь-якого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства оцінюють показники загальної економічної ситуації, тобто, рівень зайнятості в цілому та за окремими галузями, загальні обсяги інвестицій і обсяги інвестицій за галузями тощо.

Доведено, що в сучасних умовах роль і значення дослідження процесів, що відбуваються на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, невпинно зростають. Вивчення тенденцій розвитку аграрного ринку, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків і наслідків можливих змін, дозволяють сформувати інформаційно-аналітичну базу для визначення пріоритетних стратегічних напрямів, розроблення механізму реалізації обраних стратегій.

Зроблено висновок, що комплексне дослідження ринку цукру є необхідною передумовою формування стратегії і тактики його розвитку та включає збір, аналіз, оцінювання та інтерпретацію даних про стан, тенденції і перспективи його розвитку. Для проведення комплексного дослідження ринку цукру й отримання чіткої інформації найбільш доцільно, на думку автора, використовувати такі методологічні принципи: цілеспрямованості; комплексності; системності; систематичності; динамічності; урахування галузевої та територіальної специфіки; об'єктивності; ефективності.

Ключові слова: ринок сільськогосподарської продукції та продовольства, ринок цукру, дослідження кон'юнктури ринку, попит і пропозиція.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. На сьогодні розвиток вітчизняної бурякоцукрової галузі перебуває в мінливих економічних умовах, однак характеризується відносною стабільністю. Так, у 2023/24 маркетинговому році в Україні вироблено майже 1,8 млн тонн цукру, а середня гуртова ціна за тону на початку 2024 р. склала 23-24 тис. гривень [1]. Зазначимо, що в 2023 р. обсяги експорту цукру становили 506 тис. т, загальною вартістю 390 млн дол. США [2]. Водночас трансформаційні процеси в галузі, несприятливі умови кон'юнктури як зовнішнього, так й внутрішнього ринків, війна в країні та інші чинники спричинили скорочення обсягів виробництва цукрових буряків і цукру в окремі роки, а також закриття і банкрутство окремих підприємств цукрової галузі. Саме тому для бурякоцукрового виробництва на сьогодні основним завданням є досягнення збалансованості ринку, що дозволить в ситуації, що склалася, зберегти високі виробничі показники на основі підтримки економічно обґрунтованого рівня цін на цукрові буряки та цукор. Вирішення цього завдання можливо забезпечити за умови систематичного дослідження кон'юнктури ринку цукру та доведення його результатів як до органів галузевого управління, так і до посередніх товаровиробників бурякоцукрової галузі.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства вітчизняними вченими передбачає проведення аналізу його кон'юнктури, що визначає кількісні параметри розвитку й загальну якісну характеристику стану ринку [3-5]. Необхідність створення системи оперативного збору, оброблення, збереження і розповсюдження інформації про кон'юнктуру ринку за певний період часу обґрунтовано М. І. Ібатуллінім [6]. Ряд авторів присвятили дослідження питанням, пов'язаним з оцінюванням існуючих теоретико-методичних підходів до кон'юнктурного аналізу ринку цукру [7-9]. Задля прийняття ефективних управлінських рішень на макро- та мікрорівнях В. М. Борщиком розглядаються методичні підходи щодо дослідження кон'юнктури ринків галузевої продукції та обґрунтовано системи показників їх вивчення [10]. За їх допомогою можна як кількісно охарактеризувати якісні зміни, що відбуваються у процесі відтворення і характеризують сформовану ситуацію на ринку, так і оцінити, які тенденції будуть характерні для кон'юнктури в майбутньому [11].

Слово «кон'юнктура» (від латинського «conjungere» – сполучаю, зв'язую) в енциклопедичному словнику визначається як ситуація,

що склалася, положення, що створилося, конкретні умови на певний момент, тимчасова ситуація у будь-якій сфері. Тобто, не йдеться про характеристику тільки економічної дійсності [12, 13]. Еволюція поняття «кон'юнктура» як економічного терміна відбувалося паралельно з розвитком ринку і накопиченням знань про закономірності його функціонування. Спочатку цей термін використовували для визначення поточного стану на ринку під час реалізації товарів, взаємодії короткочасних, випадкових обставин, що представляють результат, і що відбивають нестійке співвідношення пропозиції і попиту, а отже, і короткострокову динаміку ринкових цін, тобто, характеристику ринкової ситуації [14].

Німецький економіст А. Вагнер в книзі «Основи політичної економії» (1892 р.) навів перше наукове визначення поняття кон'юнктури. На його думку, кон'юнктура – це «сукупність умов (природних, технічних, економічних, соціальних і правових), які визначають виробництво, збут і ціни товарів, незалежно від бажання господарюючих суб'єктів». До найбільш важливих чинників, які впливають на кон'юнктуру, він відносив зміни в технології виробництва, коливання урожайності сільськогосподарських культур, зміни в економічній політиці і соціальній структурі суспільства, війни, стихійні лиха [15]. Позитивним у цьому визначенні є те, що його трактування не обмежується сферою обміну, а включає й виробництво. Однак, у цьому визначенні формування кон'юнктури не пов'язується із закономірностями відтворювального процесу.

Найактивніше теорія економічної кон'юнктури досліджувалася на початку ХХ ст. У цей період виникло багато різних підходів до визначення поняття кон'юнктури. Так, представник німецьких теоретиків економічної кон'юнктури В. Зомбарт у монографії «Сучасний капіталізм», критикуючи А. Вернера, визначив її як «загальний стан ринкових відносин у певний момент, оскільки ці відносини визначальним чином впливають на долю окремого господарства, що складається у результаті взаємодії внутрішніх і зовнішніх чинників» [16, с. 125].

Найбільшу популярність отримало визначення представника третього покоління німецьких теоретиків кон'юнктури В. Репке. У монографії «Кон'юнктура» він дав таке визначення: «це співвідношення попиту і пропозиції на будь-якому ринку, співвідношення, що не піддається визначенню і впливу та схильне

до постійної зміни» [17]. Вважаємо, що такий підхід до дефініції поняття унеможливує науково обґрунтоване дослідження економічної кон'юнктури і врахування її можливих змін при плануванні господарської діяльності. Проте перша частина цього визначення таки має першочергове значення, хоча й не відображає повною мірою її сутності.

В основу концепції аналізу кон'юнктури У. Мітчелла покладено статистичне вивчення системи економічних показників, що характеризують дію різних чинників, та економіко-математичне моделювання процесів зміни кон'юнктури (економічні барометри). Найбільшою популярністю на той час користувався «Гарвардський барометр» (У. Персонс), із такими складовими: барометр прибутків (облікові процентні ставки, індекси цін, курси акцій), барометр виробництва (надходження замовлень, постачання сировини і напівфабрикатів, обсяг виробництва, рівень зайнятості), барометр зовнішньої торгівлі, барометр збуту (відвантаження вироблених товарів, гуртовий і роздрібний товарообіг), барометр кредиту (грошовий обіг, депозити) [18].

Принципово важливі зміни в методологічних підходах до дослідження економічної кон'юнктури і розуміння її сутності відбулися під впливом Великої депресії кінця 1920-х – початку 1930-х рр. Ця криза не була передбачена Гарвардським барометром, що підтвердило очевидність дослідження кон'юнктури на основі аналізу динаміки і пропорцій усього процесу відтворення на макроекономічному рівні [19]. Економічні барометри будувалися на відстеженні динаміки змінних чинників лише однієї стадії виробничого процесу – обміну (тобто, ринку).

Провідним центром економічних досліджень став Кон'юнктурний інститут, створений М. Кондратьєвим. Згідно з трактуванням М. Кондратьєва, економічна кон'юнктура «певного періоду» представляє «напрямі і ступінь зміни ... елементів господарського життя порівняно з попереднім періодом» [20, 21].

Одним із вагомих розробників вчення про економічну кон'юнктуру є український економіст М. Туган-Барановський. Вчений зазначив необхідність вивчення економічної кон'юнктури, обґрунтувавши сутність поняття «кон'юнктура ринку» під яким розумів не лише співвідношення між попитом і пропозицією, а й результат дії різноманітних факторів та умов на виробництво і споживання, що, своєю чергою, чинить вплив на співвідношення попиту і пропозиції, а також на тенденції його розвитку, згідно зі змінами у цінах та змінами інших факторів [22].

Вважаємо, що поняття економічної кон'юнктури і процес відтворення тісно взаємопов'язані та взаємозалежні, однак між ними існують певні відмінності. Це впливає з наступної закономірності: стадії процесу відтворення слідує одна за одною і зумовлюють одна одну, тобто, цей процес є послідовним. Водночас кон'юнктура відображає одночасний стан пропозиції і попиту, є однією з характеристик розвитку виробництва, розподілу, обміну і споживання.

Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок, що економічна позиція товаровиробників та споживачів цукру, його продавців та покупців залежить від кон'юнктури ринку, яка змінюється під впливом численних чинників. Під кон'юнктурою ринку розуміють сукупність економічних умов, що складаються у певний період часу, за яких здійснюється процес збуту товарів та послуг. Своєю чергою, кон'юнктуру ринку цукру формують попит, пропозиція, ціна та конкуренція, від значень величин показників та співвідношень яких складається як сприятлива, так й несприятлива ринкова кон'юнктура. У зв'язку з цим існує необхідність у проведенні досліджень ринку цукру, вивченні його кон'юнктури як співвідношення попиту і пропозиції, сформованих під впливом сукупності чинників і умов.

Мета дослідження. Метою статті є узагальнення методичних підходів щодо дослідження кон'юнктури ринку цукру та обґрунтування системи критеріїв і показників оцінки кон'юнктури цього ринку із урахуванням поточного стану зовнішнього та внутрішнього економічного середовища.

Матеріал і методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою дослідження є науковий метод пізнання та системний, комплексний підхід до вивчення економічних процесів, фундаментальні дослідження вітчизняних й іноземних учених з проблем кон'юнктури ринку цукру як складового елементу ринку агропродовольчої продукції, з урахуванням впливу сучасних викликів та загроз. Діалектичний метод використано за виявлення об'єктивних передумов розвитку складних економічних систем ринку цукру, монографічний – при формулюванні мети та висновків дослідження. Методи аналізу та синтезу дали змогу сформулювати систему показників, які характеризуються товарним попитом, пропозицією, конкуренцією на ринку цукру.

Результати дослідження та обговорення. Одним з найважливіших методологічних питань дослідження розвитку ринку сільськогосподарської продукції та продовольства,

у тому числі й цукру, є визначення системи показників аналізу його кон'юнктури. При її виборі слід враховувати такі вимоги: показники мають бути вимірними, порівнянними, доступними і достовірними; всебічно відображати розвиток агропродовольчого ринку території, що досліджується; мають враховувати вагомість того чи іншого аспекту в процесі виведення інтегрального показника.

Проведення аналізу кон'юнктури ринку цукру, а також визначення перспектив його розвитку вимагає систематично проводити статистичне вивчення пропозиції та попиту, що є складним та багатоетапним процесом, основними завданнями якого є: розроблення системи показників, які характеризують ринок цукру; збір, оброблення та аналіз статистичних даних, які характеризують стан та розвиток ринку цукру; розроблення пропозицій щодо удосконалення методичних підходів аналізу кон'юнктури ринку цукру.

Встановлено, що на сьогодні для аналізу і прогнозу кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства використовують широкий перелік показників, які належать до таких основних груп: показники внутрішнього товарообігу, показники зовнішньої торгівлі, цінні показники [23].

Показники внутрішнього товарообігу відображають динаміку і напрями змін кон'юнктури внутрішнього ринку та включають: оборот оптової і роздрібною торгівлі цукром, а також громадське харчування; обсяги продажів найбільших гуртових і роздрібних торговельних підприємств; індекси вартості мінімального набору продуктів харчування; споживчі витрати (обсяг і структура) на купівлю цукру; інформацію про рух товарних запасів.

Аналіз динаміки реалізації цукру гуртовою і роздрібною торгівлею, а також обороту громадського харчування в абсолютних одиницях і з розрахунку на душу населення дозволяють оцінити характер і зміну платоспроможного попиту на продукти харчування.

Зазначимо, що істотні відмінності існують між характером динаміки запасів сировини і готової продукції. Розміри запасів сировини безпосередньо залежать від обсягів виробництва: збільшення виробництва передбачає зростання запасів сировини і навпаки. Запаси готової продукції, навпаки, при розширенні виробництва зменшуються. Їх зростання свідчить про погіршення кон'юнктури: запаси готової продукції досягають максимального значення на початку кризи, мінімальної – при переході з фази депресії у фазу поживлення, у період розширення обсягів виробництва.

Показники зовнішньої торгівлі включають:

1. Фізичний і вартісний обсяги зовнішньоторгового обігу і його індекси. При цьому наведені індекси розраховуються за наступними формулами:

$$S = E - J, \quad (1.1)$$

де S – сальдо зовнішньоторговельного балансу;

E – експорт;

J – імпорт.

$$N_i = \frac{E_i}{V_i} \times 100\%, \quad (1.2)$$

де N_i – частка експорту i -го виду агропродовольчої продукції в сукупному виробництві;

E_i – обсяг експорту i -го виду продукції;

V_i – сукупний обсяг виробництва i -го виду продукції.

$$H_i = \frac{J_i}{M_i} \times 100\% \quad (1.3)$$

де H_i – частка імпорту i -го виду агропродовольчої продукції в сукупному споживанні;

J_i – обсяг імпорту i -го виду продукції;

M_i – обсяг споживання i -го виду продукції.

2. Фізичний і вартісний обсяги експорту та імпорту, а також їх індекси щодо попередніх періодів.

3. Географічний розподіл експорту та імпорту цукру, який визначається за формулою:

$$F = \frac{L}{I} \times 100\% \quad (1.4)$$

де F – частка експорту (імпорту) конкретної товарної позиції досліджуваного регіону в структурі загальнодержавного експорту (імпорту);

L – обсяг експорту (імпорту) товару регіону (ринку), що вивчається;

I – загальнодержавний обсяг експорту (імпорту) конкретного товару.

4. Сальдо торговельного балансу.

5. Товарну структуру експорту та імпорту.

6. Частку країни у світовому експорті та імпорті.

Зазначимо, що при поліпшенні стану кон'юнктури ринку із зростанням обсягів виробництва завдання зовнішньої торгівлі стають простішими. Погіршення кон'юнктури позначається насамперед на показниках виробництва і лише тоді викликає зниження обсягів зовнішньоторговельних операцій. Подібна ситуація обумовлюється договірними зобов'язаннями сторін за довгостроковими контрактами. Неспівпадіння можуть зумовлюватися нерівномірністю економічного розвитку різних країн.

Показники динаміки і рівня цін включають:

1. Індекс гуртових цін, що визначається за формулами:

$$I = \frac{P_1}{P_0}, \quad (1.5)$$

де I – індивідуальний індекс гуртових цін;

$P_{1,0}$ – ціна на конкретний вид агропродовольчої продукції на цьому ринку в поточному і базисному періоді.

$$j = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1} \quad (1.6)$$

де J – агрегатний індекс гуртових цін;

$\sum p_1 q_1$ – сума вартості продажу товару в поточному періоді за поточними гуртовими цінами;

$\sum p_0 q_1$ – сума вартості продажу товару в поточному періоді за базисними гуртовими цінами

або:

$$j = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}, \quad (1.7)$$

де $\sum p_1 q_0$ – сума вартості продажу товару в базисному періоді за поточними гуртовими цінами;

$\sum p_0 q_0$ – сума вартості продажу товару в базисному періоді за базисними гуртовими цінами.

2. Індекс роздрібних цін, що розраховується, згідно з індексом гуртових цін.

У процесі дослідження кон'юнктури ринку доцільно також проводити порівняння динаміки гуртових і роздрібних цін. В окремих випадках варто порівнювати динаміку цін за різними видами сільськогосподарської продукції.

У іноземній практиці для оцінювання кон'юнктури ринку часто використовують індекси ділової активності (динаміка основних характеристик виробництва товарів, товарних запасів, цін). Іноді при аналізі кон'юнктури будь-якого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства оцінюють показники загальної економічної ситуації, тобто, рівень зайнятості в цілому та за окремими галузями, загальні обсяги інвестицій і обсяги інвестицій за галузями тощо.

Зазначимо, що як додаткові індикатори можна залучати такі характеристики ринку, як кількість споживачів (в одних країнах – населення старше п'яти років, в інших – кількість сімей із дітьми), рівень доходу, територіальну структуру роздрібних продажів тощо. У деяких розрахунках оцінюється здатність населення до витрат (наприклад, за кількістю магазинів, ресторанів, кафе) [24].

Збалансованість функціонування агропродовольчого ринку певної території визначається рівнем платоспроможності покупців, що вста-

новлюється шляхом опитування. При цьому відповіді можуть бути диференційовані за кількома характеристиками (наприклад, за насиченістю асортименту, якістю пропонованих товарів, ціною продуктів харчування, що реалізуються).

Для виявлення тенденцій у задоволенні потреб покупців сільськогосподарського ринку необхідно за кожною із характеристик визначити думку опитуваного за можливими позиціями: погіршення, поліпшення або незмінність ситуації. Результат опитування можна оцінити за часткою відповідей кожної позиції в загальній кількості відповідей. Зазначимо, що в деяких країнах визначають один із найважливіших кон'юнктурних індикаторів ринку – індекс споживчих настроїв (ІСН), який ґрунтується на соціологічних опитуваннях, наприклад, Центру досліджень громадської думки (ЦДГД). Споживчі настрої складаються як з особистих спостережень, що спрямовані на потреби сім'ї, так і з комплексних досліджень, що засновані на взаємозв'язку її членів з широким колом рідних, знайомих, колег і т.ін. Під час оцінювання споживчих настроїв відображаються також інтуїтивні відчуття, вплив громадської думки в соціальному середовищі респондентів і засобів масової інформації. Отже, настроїв споживачів – це складне і не завжди чітко послідовне явище [25].

Для аналізу кон'юнктури сільськогосподарського ринку також можна використати багатомірне кількісне (у балах) оцінювання основних показників стану ринку. Кожному параметру, який оцінено кількісними, якісними або альтернативними показниками, експертним шляхом надається бал (B_i), а також вага (W_i), яка відображує роль i -го параметра у формуванні ринкової ситуації. Наприклад, до таких параметрів розвитку агропродовольчого ринку зі зменшенням їх ваги можна віднести: місткість ринку, ділову активність (кількість угод), інтенсивність конкуренції та ін. Потім за формулою середньоарифметичної зваженої розраховують середній бал, що показує інтегральне оцінювання стану і розвитку ринку. Його також називають стратегічним індексом або індексом ринкової ситуації:

$$B = \left(\sum_i^n B_i W_i \right) / \sum_i^n W_i \quad (1.8)$$

де B – середній бал (узагальнена, багатомірна характеристика стану ринку);

B_i – бал, що характеризує стан ринку за i -у параметром (чинником);

W_i – вага (ранг), що відображає роль i -го параметра (чинника) у формуванні ринкової ситуації (визначається експертним шляхом);

n – кількість параметрів (чинників).

Залежно від того, яка система балів використовується, будується шкала ринкової ситуації. Наприклад, за 9-бальної системи (де цифра 9 – максимальна позитивна оцінка), шкалу оцінювання ринкової ситуації, на наш погляд, можна розподілити таким чином: від 1 до 3 – несприятлива ситуація на ринку; від 3 до 5 – нестійкий зростаючий ринок; від 5 до 7 – зростаючий ринок; від 7 до 9 – сприятлива ситуація. Отже, чим більшим є індекс, тим сприятливішою кон'юнктура і перспективнішим ринок.

Поряд із співвідношенням попиту і пропозиції, як найважливішого напряму кон'юнктурного аналізу, існує сукупність інших показників пропорційності ринку цукру, тобто, оптимальність співвідношення між різними елементами ринку. Певні диспропорції, деформації окремих складових частин ринку, як свідчить вітчизняний досвід, призводять до кризи, затримують і гальмують ринкові відносини, що робить ринок неефективним. Тому вивчення макро- і мікропропорцій ринку цукру є важливими і завжди актуальними завданнями аналізу ринкової кон'юнктури. Згідно з оцінюванням пропорцій, необхідна характеристика тенденцій їх динамічних змін, аналіз структурних зрушень і регіональних відмінностей пропорцій ринку.

У процесі дослідження пропорційності ринку доцільно використовувати такі інструменти, як баланс, відносні величини структури і координації, компаративні (порівняльні) індекси тощо. У структурному аналізі можна використовувати методи аналізу коливань показників пропорційності, їх трендові та регресійні моделі.

Під час аналізу пропорційності ринку використовують два основні відносні показники структури: частку (питому вагу), тобто, характеристику в частині цілого, і коефіцієнт співвідношення, тобто, безпосереднє зіставлення двох явищ або частин певної сукупності. Показник частки відображає ту частину, яку вона займає у всій сукупності. Аналіз пропорцій ринку має здійснюватися як в статичі, так і в динаміці.

Найважливішою пропорцією ринку цукру після попиту і пропозиції слід вважати співвідношення внутрішнього виробництва та імпорту продукції, а також частку витрат населення на харчування в загальному обсязі споживчих витрат та їх розподіл між різними доходами груп населення. Диспропорції в структурі витрат населення, що виражаються найбільшою часткою витрат на продукти харчування (50 %

і більше), свідчать про низький рівень доходів і якості життя населення.

Зазначимо, що найважливішою ознакою кон'юнктури будь-якого ринку є основна його пропорція – співвідношення попиту і пропозиції. Баланс або рівність цих двох головних категорій на практиці зустрічається досить рідко. Водночас дисбаланс попиту і пропозиції визначає тип ринку. Збалансованість або розбалансованість ринку – процес динамічний, ситуація може постійно змінюватися, а тому її необхідно вивчати. Складність аналізу полягає в тому, що товарна пропозиція – це показник документований, а попит безпосередньо оцінити не можна. Звичайно, основні закономірності і тенденції попиту можна оцінити за товарооборотом (реалізованим попитом) або купівельною спроможністю населення, але фактичний попит з певних причин може істотно не відповідати цим позиціям, а розрахунки відображатимуть умовний характер.

У статистиці співвідношення попиту і пропозиції встановлюється за допомогою балансу попиту / пропозиції. Проте такий розрахунок можна провести лише в межах усього ринку цукру. Суть розрахунку полягає в наступному: визначають обсяг товарної пропозиції (за даними про надходження або фактичний продаж, з необхідними розрахунками) і купівельну спроможність населення (доходи з коригуванням на приріст заощаджень мінус обов'язкові платежі), що відображають сукупний попит населення (табл. 1).

Підсумковий рядок наведеної таблиці відображає ступінь збалансованості попиту і пропозиції. Перевищення пропозиції над попитом виявляється у зростанні товарних запасів, а перевищення попиту над пропозицією – в їх скороченні. Цей факт використовують для непрямой оцінки пропорційності ринку, оскільки кількісно оцінити купівельний попит практично неможливо, за винятком біржових ринків, де попит і пропозиція реєструються. Тому в цьому випадку товарні запаси виконують функцію індикатора кон'юнктури ринку. Можна також використовувати абсолютний показник обсягу товарних запасів, але точнішим є відносний показник запасів товарообігу (у днях).

Одним із способів неформального оцінювання ринкової кон'юнктури може бути порівняння попиту (продажів), пропозиції (внутрішнє виробництво і ввезення) і обсягу товарних запасів. У процесі зіставлення позицій (збільшення, стабільність, зменшення) наведених індикаторів ринку можна схарактеризувати його стан.

Таблиця 1 – Баланс попиту / пропозиції на ринку цукру

Пропозиція	Попит
Обсяг вітчизняного виробництва сільськогосподарської продукції	Грошові доходи населення (за вирахуванням приросту заощаджень, інвестицій у купівлю цінних паперів і нерухомості, витрат на купівлю непродовольчих товарів, а також обов'язкових платежів)
Обсяг імпорту	Придбання підприємствами виробничих ресурсів для виробничого споживання і промислового перероблення
Зміна вартості товарного надходження за рахунок підвищення цін	Використання сільськогосподарської продукції виробниками для власних потреб
–	Зміна вартості придбаних товарів за рахунок зниження цін
Разом	Разом
Дефіцит (Пр<П)	Дефіцит (Пр>П)

Джерело: складено автором за джерелами [26, 27].

Визначення попиту і розмірів ринку включає оцінювання величини і структури поточного реального попиту і перспективне оцінювання попиту на ринку. Поточний попит можна представити у вигляді загальної кількості конкретної продукції, що купується за встановленою ціною на певному ринку за конкретний період. Першим кроком у розрахунку поточного попиту є визначення його за рік, який передре року проведення дослідження, або за кілька попередніх років.

Слід враховувати, що споживачі неохоче надають інформацію про структуру попиту і переваги, тому відсутність статистичної інформації про вплив різних чинників на величину попиту слід компенсувати експертними оцінками попиту та його зміни під дією економічних явищ [28].

Чисельні показники по кожному з товарів зазвичай визначають на основі статистичних даних про споживання товару за досліджуваний період. У разі відсутності таких даних їх обчислюють шляхом складання балансу споживання на основі даних про виробництво, імпорт, експорт і перехідних запасів досліджуваної продукції. Такий показник називають «місткістю ринку» і розраховують за формулою:

$$C = P + I - E \pm \Delta Z \quad (1.9)$$

де C – місткість ринку;

P – виробництво товару;

I – імпорт товару;

E – експорт товару;

ΔZ – змінні товарних запасів (їх збільшення зменшує місткість ринку, а зменшення – навпаки).

Необхідно відстежувати тенденції розвитку виробництва і попиту, щоб виявити динаміку оцінювання можливої зміни місткості ринку в майбутньому. Місткість ринку може не відображати потенційної його величини, що визначається особистими і загальними потребами та характеризує реальний обсяг реалізації товарів.

Погоджуємося з думкою авторів, що наведена вище формула розрахунку місткості ринку, запропонована багатьма дослідниками, є надто спрощеною і неточною [29]. Більш точною і розгорнутою формулою розрахунку місткості споживчого ринку продукції, на нашу думку, є наступна:

$$E = \sum_{i=1}^n \left\{ S_i \times \Pi_i \times (T_{np.цін} \times E_{ip}) \times (T_{np.дохода} \times E_{id}) \right\} + D_{стим} - H - A - C, \quad (1.10)$$

де E – місткість ринку;

S_i – чисельність потенційних споживачів i -ї соціальної або вікової групи;

Π_i – споживання на душу в i -й групі споживачів у базисному періоді;

$T_{np.цін}$, $T_{np.дохода}$ – темпи приросту цін і доходу, відповідно;

E_{ip} – еластичність попиту i -ої групи населення від зміни цін;

E_{id} – еластичність попиту i -ої групи населення від зміни доходу;

$D_{стим}$ – приріст попиту;

H – насиченість ринку;

A – альтернативні неринкові форми споживання, наприклад, споживання продуктів власного виробництва;

C – частина ринку, яка охоплена імпортерами;

n – кількість i -х груп споживачів.

Зауважимо, що в основу формули покладено залежність обсягів споживання від кількості споживачів (за інших рівних умов). Показник насиченості ринку відіграє самостійну роль в аналізі ринкової ситуації і характеризує стан забезпеченості населення продовольчими товарами. Насиченість ринку обмежує його місткість. Визначити міру насичення ринку продовольчими товарами досить складно. Для цього використовуються дані спеціальних вибірко-вих обстежень домашніх господарств.

Висновки. Доведено, що комплексне дослідження ринку цукру є необхідною передумовою формування стратегії і тактики його розвитку, яке включає збір, аналіз, оцінювання та інтерпретацію даних про стан, тенденції й перспективи розвитку ринку сільськогосподарської продукції і продовольства в цілому, та окремих елементів, зокрема, й про стан його кон'юнктури. Для проведення комплексного дослідження ринку цукру й одержання чіткої інформації найбільш доцільно, на нашу думку, використовувати такі методологічні принципи: цілеспрямованості; комплексності; системності; систематичності; динамічності; урахування галузевої та територіальної специфіки; об'єктивності; ефективності.

Критичний аналіз проведених досліджень кон'юнктури ринку дав змогу встановити, що максимальна ефективність та об'єктивність досліджень ринку цукру досягається у процесі комплексного використання і поєднання економічних методів. При цьому можливість застосування певних методів залежить від інформаційної доступності. Поряд із доступністю багатьох джерел даних про розвиток ринку цукру у формуванні інформаційної бази для його системної діагностики очевидно, що офіційна статистика має ряд недоліків, що негативно впливають на якість. До таких недоліків належать: відсутність окремих важливих показників. Так, і дотепер у вітчизняній статистиці відсутні деякі важливі показники, що характеризують стан ринку, зокрема, показники стану конкуренції на сільськогосподарському ринку, наявності та потенціалу ринкової інфраструктури тощо; недостатньо відображена в статистичних даних інформація з питань зовнішніх зв'язків ринку цукру. У блоках, що включають міжрегіональну торгівлю продукцією, не відображено територіальне спрямування потоків. У блоках зовнішньої торгівлі інформація представлена у вартісному відображенні, що не дає змоги порівняти зміну структури експортно-імпорتنних операцій. Інформація щодо країн-контрагентів є не завжди достовірною, оскільки відображається за місцем укладання угод, а не виробництва

і споживання товару; конфіденційність даних. Наприклад, через конфіденційність інформації та комерційну таємницю підприємств, що виробляють сільськогосподарську продукцію, не завжди можна отримати реальні дані; специфіка приватного виробництва і тіньового бізнесу у сфері агропродовольчого ринку часто представлені недостовірно в інформаційній базі; офіційні публікації статистичних даних через пів року, рік після одержання результатів знижують результативність оцінки.

Вищевикладене підтверджує необхідність удосконалення інформаційного забезпечення розвитку сільськогосподарського ринку.

Запропоновано при проведенні дослідження ринку цукру насамперед визначити кон'юнктуру, як співвідношення попиту та пропозиції, що сформовані під впливом сукупності чинників і умов. Відомо, що кон'юнктура ринку має чотири принципові властивості: динамічність, пропорційність, варіативність і циклічність, тому для віддзеркалення цих властивостей кон'юнктурний аналіз ринку цукру має бути спрямований на вирішення чотирьох концептуальних завдань: аналіз динамічних закономірностей, тенденцій; аналіз пропорційності розвитку; аналіз стійкості ринку; аналіз повторюваності розвитку ринку, виділення циклів.

Створення системи оперативного збору, оброблення, зберігання та розповсюдження інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку цукру є необхідною умовою для забезпечення його збалансованого розвитку. Неодмінною умовою досконалого ринку сільськогосподарської продукції є прозорість або оглядовість ринку для продавців і покупців.

Результати дослідження переконують, що за відсутності національної системи формування про цінові тенденції щодо сільськогосподарської продукції та продовольства ринку сільськогосподарської продукції в Україні є недосконалими, оскільки продавці та покупці недостатньо володіють знаннями й прогнозами передбаченням щодо поточних та очікуваних цін, а також розміщення товарів і послуг. Тому сільськогосподарські виробники реалізують власну продукцію в умовах обмеженого доступу до інформації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Україна виробила близько 1,8 млн т цукру в сезоні 2023/24. URI: <https://latifundist.com/novosti/63701-ukrayina-virobila-blizko-18-mln-t-tsukru-v-sezoni-2023-24>.

2. У 2023 році Україна експортувала понад 500 тис тонн цукру. URI: <https://latifundist.com/novosti/63477-u-2023-ukrayina-eksportovala-ponad-500-tis-ton-tsukru>.

3. Шпичак О. М., Боднар О. В., Пархоменко Л. М. та ін. Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні на 2014/15 маркетинговий рік: монографія. 2014. Київ: ННЦ «ІАЕ». Вип. 21, 232 с.
4. Лупенко Ю. О., Шпичак О. М., Пашко С. О., Копитець Н. Г. та ін. Методичні рекомендації щодо оцінки цінових продовольчих ланцюгів: монографія. 2021. Київ: ННЦ «ІАЕ». 65 с.
5. Salo I. A., Kopytets N. H., Cheremisina S. G., Voloshyn V. M. Influence of economic cycles on the development of elements of the industry structure of the food market. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. 2022. 949. 012036. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/949/1/012036>.
6. Ібатулін М. І. Методичні підходи до оцінювання кон'юнктури агропродовольчого ринку. Економіка та управління АПК. 2015. № 2. С. 43-48.
7. Амонс С. Е., Красняк О. П. Ринок цукру: проблеми та перспективи. Ефективна економіка. 2020. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.64>.
8. Коваленко О. В., Яценко Л. О. Концептуальна модель циклічного розвитку ринку цукру в Україні та світі. Продовольчі ресурси. Т. 11. (2023). № 20. DOI: <https://doi.org/10.31073/foodresources2023-20-21>
9. Боднар В. С., Фурса А. В., Стрельбіцький П. А. Стабілізація й гармонізація розвитку бурякоцукрової галузі України. Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. Випуск 14. Кам'янець-Подільський: Аксіома. 2019. С. 14-24.
10. Борщик В. М. Методичні засади аналізу та прогнозування кон'юнктури ринку овочевої продукції. Економіка та управління АПК. 2023. № 1. С. 27-38. DOI: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2023-181-1-27-38>.
11. Максименко Д. В. Особливості дослідження кон'юнктури товарного ринку. Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». 2021. № 1 (30). С. 151-154.
12. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія. Київ: Видавничий центр «Академія». Т.1. 2000. 864 с.
13. Смесова В. Л. Кон'юнктурний аналіз сучасного світового ринку товарів та послуг. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. № 1. С. 62-76. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/77.062>.
14. Barnett V. Kondratiev and the dynamics of economic development : long cycles and industrial growth in historical context. St. Martin's Press, in association with Centre for Russian and East European Studies. University of Birmingham. New York. 1998. 251 p.
15. Маркс К. Зауваження на книгу А. Вагнера «Посібник політичної економії». Збір. Тв. 1989. Т. 19. С. 376-377.
16. Sombart W. Il Capitalismo Moderno. UTET. Torino. 1978. p. 121.
17. Репке В. Кон'юнктура. Москва. Фінансове видавництво НКФ СРСР, 1927. 176 с.
18. Mitchell W. C. Business cycles: the problem and its setting. News-Bulletin of the NBER. 1927. № 31, pp. 1-8.
19. Dougherty K. Introduction to econometrics. URL: https://www.academia.edu/10360335/_Oxford_Introduction_to_Econometrics_2007_
20. Близнюк Т. П. Теоретичні аспекти теорії довгих хвиль М. Кондратьєва. Наукові праці Донецького нац. техніч. університету. Донецьк: ДонНТУ. 2005. Вип. 89. С. 186-193.
21. Квітка С. Цифрові трансформації як сучасний тренд періодичного циклу розвитку суспільства. Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. Спецвипуск. 2020. С. 131-134. DOI: <https://doi.org/10.36.030/2664-3618-2020-si-131-134>.
22. Туган-Барановський М. І. Промислові кризи в сучасній Англії, їхні причини і вплив на господарське життя. Санкт Петербург, 1984. 390 с.
23. Радіщук Т. П. Особливості прогнозування кон'юнктури товарного ринку. Вісник національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 684. С. 39-42.
24. Kotler P., Armstrong G., Wong V., Saunders J. Principles of Marketing. Pearson Education Limited. 2008. 1020 p.
25. Індекс споживчих настроїв. URL: http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/custom_research/regular_research/subfolder/003575.
26. Бутенко А. І., Кучеренко В. Р., Рак-Ягорлицький В. А. Кон'юнктурний аналіз товарного ринку. Одеса: ТОВ «Автограф». 2000. 156 с.
27. Дерев'яненко Т. Є. Маркетинговий аналіз кон'юнктури товарного ринку. Маркетинг в Україні. 2001. № 3. С. 35-37.
28. Батир Ю. Г., Гримблат С. О. Моніторинг ринку сільськогосподарської продукції. Економічний простір. 2009. № 22/2. С. 131-136.
29. Мошин Ю. Н., Мошина А. Ю. Аналіз кон'юнктури споживчого ринку: навч. посібник. М.: Вид-во УРАО. 2004. 168 с.

REFERENCES

1. Ukraina vyrobila blyzko 1,8 mln t tsukru v sezoni 2023/24 [Ukraine produced about 1,8 million tons of sugar in the 2023/24 season]. (2024). Available at: <https://latifundist.com/novosti/63701-ukrayina-virobila-blyzko-18-mln-t-tsukru-v-sezoni-2023-24>.
2. U 2023 rotsi Ukrayina eksportovala ponad 500 tys tonn tsukru [In 2023, Ukraine exported more than 500,000 tons of sugar]. (2024). Available at: <https://latifundist.com/novosti/63477-u-2023-ukrayina-eksportovala-ponad-500-tis-ton-tsukru>.
3. Shpychak, O. M., Bodnar, O. V., Parkhomenko, L. M. and others (2014). Potoczna konjunktura i prognoz rynkiv silskohospodarskoyeii productionta ta prodovolstva v Ukrainian na 2014/15 marketing rick: monography [Current conjuncture and forecast of agricultural and food markets in Ukraine for the 2014/15 marketing year: monograph]. K.: NNTs IAE. 232 p.
4. Lupenko, Yu. O., Shpychak, O. M., Pashko, S. O., Kopytets, N. H. and others. (2021). Metodichni re-

komendatsii shchodo otsinki tsinovikh prodovolchikh lantsyugiv: monography [Methodical recommendations for assessing food price chains: monograph]. K.: NNTs IAE. 65 p.

5. Salo, I. A., Kopytets, N. Hr., Cheremisina, S. G., Voloshyn, V. M. (2022). Influence of economic cycles on the development of elements of the industry structure of the food market. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. 949. 012036. Available at: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/949/1/012036>.

6. Ibatullin, M. I. (2015). Metodichni pidkhody do otsinki koniunktury agroprodovolchogo rinky [Methodical approaches to assessing the situation in the agro-food market]. AIC Economics and Management [AIC Economics and Management]. No. 2, pp. 43-48.

7. Amons, S. E., Krasniak, O. P. (2020). Rynok tsukru: problemy ta perspektyvy [Sugar market: problems and prospects]. Efektyvna ekonomika [Efektyvna ekonomika]. No.1. Available at: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.64>.

8. Kovalenko, O. V., Yashchenko, L. O. (2023). Kontsepsionalna model tsikpilnoho rozvytku rynku tsukru v Ukraini ta sviti [Conceptual model of cyclic development of the sugar market in Ukraine and the world]. Prodovolchi resource [Food Resources]. (11). No. 20. Available at: <https://doi.org/10.31073/foodresources2023-20-21>

9. Bondar, V. S., Fursa, A. V., Strelbitsky, P. A. (2019). Stabilizatsiya ye garmonizatsiya rozvytku buryakotsukrovoy galouzi Ukrainu [Stabilization and harmonization of the development of the sugar beet industry of Ukraine]. Visnik Kam'yanets-Podilski natsionalnogo university imeni Ivana Ogiyenka [Bulletin of Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko national university]. Economichni nauki [Economic sciences]. Issue 14. Axiom, pp. 14-24.

10. Borshchuk, V. M. (2023). Metodichni zasady analysy ta prognoz konyunktury rinky ovochevoy produktsii [Methodical principles of analysis and forecasting of vegetable market conditions]. AIC Economics and Management [AIC Economics and Management]. No.1, pp. 27-38. Available at: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2023-181-1-27-38>.

11. Maksymenko, D. V. (2021). Osoblyvosti doslidzhennia koniunktury tovarnoho rynku [Peculiarities of research on the conjuncture of the commodity market]. Mizhnarodniy naukovy zhurnal «Osvita i nauka» [International scientific journal «Education and science»]. No.1. (30), pp. 151-154.

12. Mochernyi, S. V. (2000). Ekonomichna entsiklopediya [Economic encyclopedia]. K.: Vidavnychiy tsentr Academy [Kyiv: Academia publishing center]. Vol.1. P. 864.

13. Smiesova, V. L. (2022). Konjunktury analiz suchasnogo svitovogo rynku tovariv ta poslug [Conjunctural analysis of the modern world market of goods and services]. Economics visnik dniprovs'koy politekhniki [Economic bulletin of Dnipro university of technology]. No. 1, pp. 62-76. Available at: <https://doi.org/10.33271/ebdut/77.062>.

14. Barnett, V. (1998). Kondratiev and the dynamics of economic development: long cycles and indus-

trial growth in historical context. St. Martin's Press, in association with Centre for Russian and East European Studies. University of Birmingham. New York. 251 p.

15. Marx, K. (1989). Zauvazhenaya do knigi A. Vagner «Pidruchnyk politichnoi ekonomiku» [Remarks on A. Wagner's book «Textbook of political economy»]. Zibrannia tvoriv [Collected works]. (19). pp. 376-377.

16. Sombart, W. (1978). Il Capitalismo Moderno. UTET. Torino. 121 p.

17. Repke, V. (1927). Konyunktura [Conjuntura]. Moskva: Finansove vudavnutstvo NKF SRSR [Moscow: NKF SRSR Financial publishing house]. P. 176.

18. Mitchell, W. C. (1927). Business cycles: the problem and its setting. News-Bulletin of the NBER, (31), pp. 1-8.

19. Dougherty, K. (2007). Introduction to econometrics. Available at: Available at: https://www.academia.edu/10360335/_Oxford_Introduction_to_Econometrics_2007.

20. Blyznyiuk, T. P. (2005). Teoretichni aspekty teoryi dovgikh khvil M. Kondratyeva [Theoretical aspects of M. Kondratiev's theory of dovgikh khvil]. Naukovi pratsi Donetskogo nats. techn. universitetu [Scientific works of Donetsk nats. technical. university]. Donetsk: DonNTU. (89), pp. 186-193.

21. Kvitka, S. (2020). Tsifrovi transformatsii yak suchasny trand periodichnuh tsiklu rozvytku suspilistva [Digital transformations as a modern trend of the periodic cycle of society development]. Zbirnik naukovikh prats Natsionalnoi academy derzhavnogo upravlinna pri Presidientales Ukrainian. Spetsvipusk. [Collection of scientific papers of the National academy of public administration under the President of Ukraine. Special Issue]. pp. 131-134. Available at: <https://doi.org/10.36.030/2664-3618-2020-si-131-134>.

22. Tugan-Baranovskiy, M. I. (1984). Promislovi kryzy v suchasniy Angliyi, yihni prychny i vplyv na hospodarske zhyttia [Industrial crises in modern England, their causes and impact on economic life]. Sanct Peterburg [St. Petersburg]. 390 p.

23. Radishchuk, T. P. (2010). Osoblyvosti prognozuvannia koniunktury tovarnoho rynku [Peculiarities of forecasting the commodity market situation]. Visnik natsionalnogo university Lvivska politekhnika [Bulletin of Lviv Polytechnic National University]. No. 684, pp. 39-42.

24. Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J. (2008). Principles of marketing. Pearson education. Limited, 1020 p.

25. Index spozhivchikh nastroiv [Consumer confidence index]. Available at: Available at: http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/custom_research/regular_research/subfolder/003575.

26. Butenko, A. I., Kucherenko, V. R., Rak-Yagorlytsky, V. A. (2000). Konyunktorny analiz tovarnoho rynku [Conjunctural analysis of the commodity market]. Odesa: Autograph LLC. P. 156.

27. Derevyanenko T. E. (2001). Marketingovy analiz konyunktury tovarnoho rynku [Marketing analysis of commodity market conditions]. Marketing vye Ukraini. [Marketing in Ukraine]. No. 3, pp. 35-37.

28. Batyr Y. H., Hrymblat S. O. (2009). Monitoring rinku silskohospodarskoyeii produktii [Monitoring of the agricultural product market]. *Economichnuy prostir* [Economic space]. No. 22/2. P. 131-136.

29. Moshin Y. N., Moshina A. Y. (2004). Analiz konjunktury spozuvchogo rynku [Analysis of consumer market conjuncture]. *Navchalny posibnik* [Tutorial]. M.: URAO Publishing House. P. 168.

Methodical approaches to the analysis of sugar market conditions

Parkhomenko L.

The article is devoted to the methodical approaches to the analysis of sugar market conditions. It is argued that the leading role in comprehensive studies of the market of agricultural products and food belongs to the analysis of its conjuncture, which determines the quantitative parameters of development and the general qualitative characteristics of market state. However, the category of «market conditions» has not been unambiguously defined yet. Views on the subject, methods and goals of market research are expressed by representatives of different schools.

The main groups of analysis indicators and sugar market conditions forecast have been allocated: production indicators; indicators of domestic turnover; indicators of foreign trade; indicators of the dynamics and price level; financial indicators that allow taking into account the impact of factors and conditions combination of the external and internal environment of market entities. The author notes that in foreign practice, business activity indices (dynamics of the main

characteristics of production of goods, inventories, prices) are often used to assess market conditions. It is noted that in order to analyze the conjuncture of any market for agricultural products and food, the indicators of the general economic situation are evaluated, that is, the level of employment in general and by individual industries, the total volume of investments and the volume of investments by industries, etc.

It is proved that in modern conditions the role and importance of studying the processes taking place in the market of agricultural products and food are constantly growing. The study of trends in the development of the agricultural market, factors of influence, cause-and-effect relationships and consequences of possible changes, allows to form an information and analytical base for determining priority strategic directions, developing a mechanism for implementing the selected strategies.

It is concluded that a comprehensive study of the sugar market is a necessary prerequisite for the formation of a strategy and tactics for its development and includes the collection, analysis, evaluation and interpretation of data on the state, trends and prospects of its development. In order to conduct a comprehensive study of the sugar market and obtain clear information, it is most expedient, in the author's opinion, to use the following methodological principles: purposefulness; comprehensiveness; consistency; systematic; dynamism; taking into account sectoral and territorial specifics; objectivity; efficiency.

Key words: agricultural and food market, sugar market, market research, supply and demand.



Copyright: Пархоменко Л.М. © This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.



ORCID iD:
Пархоменко Л.М.

<https://orcid.org/0009-0001-1651-5207>