

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

У статті розкрито економічну суть поняття «кон'юнктура» та розглянуті основні підходи до визначення цього поняття різними науковцями. Автором відзначено теоретико-методичні засади дослідження агропродовольчого ринку. Розглянуто властивості кон'юнктури та її особливості на ринку агропродовольчої продукції, здійснено оцінку наявних теоретико-методичних підходів до кон'юнктурного аналізу ринку, що досліджується. Обґрунтовано необхідність створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації про кон'юнктуру ринку на конкретний момент часу. Проаналізовано суть та методику проведення цінового моніторингу в умовах українського ринку агропродовольчої продукції. Особлива увага приділяється оцінці методів дослідження стану агропродовольчого ринку

**Ключові слова:** агропродовольчий ринок, методи дослідження, кон'юнктура.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах роль і значення дослідження процесів, що відбуваються на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, зростає. Вивчення тенденцій розвитку цього ринку, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків і наслідків змін, що відбуваються, дозволяє сформувати інформаційно-аналітичну базу для визначення пріоритетних стратегічних напрямів розробки механізму реалізації обраних стратегій.

Безумовно, провідну роль у комплексних дослідженнях ринку сільськогосподарської продукції та продовольства займає аналіз його кон'юнктури, що визначає кількісні параметри розвитку і загальну якісну характеристику стану ринку. Проте, щодо категорії «кон'юнктура ринку» й досі немає єдиного однозначного визначення. Представники різних шкіл мають свої погляди на предмет, методи і цілі кон'юнктурних досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та прикладні аспекти формування і функціонування аграрних ринків містять праці таких вчених: Ю. Коваленка, Є. Кирилюка, О. Шпичака,

П. Саблука, В. Бойка, М. Коденської, Т. Лозинської, Г. Пасемко, О. Шпикуляка та інших.

Більшість праць з цієї тематики присвячені дослідженню механізмів товарно-грошових відносин з приводу купівлі-продажу сільськогосподарської сировини та продовольства. Водночас комплексні (системні) дослідження з приводу сутності аграрно-продовольчого ринку залишаються недостатньо вивченими.

**Мета дослідження** – здійснити узагальнення методичних підходів до дослідження кон'юнктури ринку агропродовольчої продукції та запропонувати шляхи їх удосконалення в умовах українського ринку.

**Матеріали і методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети використовувалися наступні методи та прийоми: абстрактно-логічний, і графічний – для комплексного вивчення сучасного стану та особливостей функціонування агропродовольчих ринків в Україні та їх кон'юнктури.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Еволюція поняття «кон'юнктура» як економічного терміна виникла паралельно з розвитком ринку і накопиченням знань про закономірності його функціонування. Спочатку цей термін використовувався для визначення поточного стану на ринку в момент реалізації товарів, взаємодії короткочасних, випадкових обставин, що представляють результат і відбивають нестійке співвідношення пропозиції і попиту, а отже, і короткострокову динаміку ринкових цін, тобто характеристику ринкової ситуації.

Німецький економіст А. Вагнер в книзі «Основи політичної економії» (1892) 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, що 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 [1].

Позитивним у цьому визначенні є те, що його трактування не обмежується сферою обміну, а включає й виробництво. Однак, у такому визначенні формування кон'юнктури не пов'язується із закономірностями відтворювального процесу.

Найактивніше теорія економічної кон'юнктури досліджувалася на початку ХХ ст. У цей період з'явилося багато різних підходів до визначення поняття кон'юнктури. Так, представник німецьких

теоретиків економічної кон'юнктури В. Зомбарт в монографії «Сучасний капіталізм» (яка видана російською мовою в 1930 р. у Москві), 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» [2].

Найбільшу популярність отримало визначення представника третього покоління німецьких теоретиків кон'юнктури В. Репке. У 1922 р. в Німеччині та у 1927 р. в Москві в перекладі російською мовою була опублікована його монографія «Кон'юнктура», в якій він дав наступне визначення: «це співвідношення попиту і пропозиції на якому-небудь ринку, співвідношення, що не піддається визначенню і впливу та схильне до постійної зміни» [3].

Таке визначення, на нашу думку, внеможливорює науково обґрунтоване дослідження економічної кон'юнктури і врахування її можливих змін під час планування господарської діяльності. Проте, перша частина цього визначення має все ж першочергове значення, хоча й не відображає повною мірою її сутності.

В основі концепції аналізу кон'юнктури У. Мітчелла є статистичне вивчення системи економічних показників, що характеризують дію різних чинників та економіко-математичне моделювання процесів зміни кон'юнктури (економічні барометри). Найбільшою популярністю у той час користувався «Гарвардський барометр» (У. Персонс), що включав наступні складові: 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, оптовий і роздрібний товарообіг), барометр кредиту (грошовий обіг, депозити) [4].

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 [5]. 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 в 1920 р. в Москві. Слід зазначити, що у вітчизняній науці і практиці поняття «економічна кон'юнктура» вже тоді не обмежувалося стадією обміну. Згідно з трактуванням М. Кондратьєва, економічна кон'юнктура «кожного даного моменту» представляє «напрямок і ступінь зміни ... елементів господарського життя порівняно із попереднім моментом» [6].

В економічній літературі сформувалася велика школа, представниками якої виступають такі учені: професор Науково-дослідного кон'юнктурного інституту Міністерства зовнішньої торгівлі СРСР Д.І. Костюхін, професори ЛМДІМО Ф.Г. Піскопель і В. Г. Клинов, які у різні часи своєї діяльності визначили економічну кон'юнктуру як процес відтворення.

На нашу думку, поняття економічної кон'юнктури і процес відтворення тісно взаємопов'язані і взаємообумовлені. Однак, між ними існують певні відмінності. Так, на нашу думку, стадії процесу відтворення слідує одна за одною і обумовлюють одна одну, тобто цей процес є послідовним. При цьому кон'юнктура відображає одночасний стан пропозиції і попиту, являє собою одну з характеристик розвитку виробництва, розподілу, обміну і споживання.

Отже, найбільш доцільним, на нашу думку, під час дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є визначення кон'юнктури як співвідношення попиту і пропозиції, що сформовані під впливом сукупності чинників і умов.

Кон'юнктура ринку має чотири властивості: динамічність, пропорційність, варіативність і циклічність. Ринок сільськогосподарської продукції та продовольства в цьому випадку не є винятком. Для віддзеркалення цих властивостей кон'юнктурний аналіз цього ринку 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, обробки, зберігання та розповсюдження інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку є необхідною умовою для реформування аграрного сектору на ринкових засадах і розвитку агробізнесу.

За відсутності національної системи інформування про цінові тенденції щодо сільськогосподарської продукції та продовольства ринки сільськогосподарської продукції в Україні є недосконалими, оскільки продавці та покупці недостатньо володіють знаннями й прогнозними передбаченнями відносно поточних і очікуваних цін, а також розміщення товарів та

послуг. Тому сільськогосподарські виробники продукції вимушені реалізувати свою продукцію в умовах обмеженого доступу до інформації.

Ціновий моніторинг – це оперативне відстеження внутрішніх цін (цін реалізації продукції сільськогосподарськими товаровиробниками, закупівельних, оптово-відпускних, роздрібних) на різних рівнях – районному, обласному, державному. Зібрана інформація про рівень внутрішніх цін, що характеризує тенденції розвитку товарних ринків, слугує базою для аналізу поточної ситуації та короткострокових прогнозів щодо стану ринків.

Крім того, швидке надання працівникам галузі зібраної державними органами цінової інформації є важливим фактором активізації міжрегіонального товарообміну, оскільки тільки великі підприємства мають можливість створити представництва – регіональні офіси та торговельну мережу в інших регіонах, на відміну від малих та середніх підприємств.

Система цінового моніторингу частково вирішує і проблему стабілізації цінової ситуації на ринках. Різниця між цінами в областях залежить не тільки від просторового розміщення, якісних показників продукції, але й від наявності інформації про ситуацію, що склалася на ринку.

За відсутності систематизованої й оперативної інформації про цінову ситуацію на ринках сільськогосподарських товарів запровадження державного цінового регулювання (через заставні або інтервенційні закупівлі) може призвести до непередбачених наслідків, адже в такій ситуації не можна гарантувати правильність розрахунків рівнів регульованих цін й об'єктивність оцінки ситуації. Це, у свою чергу, може слугувати наслідком суттєвої деформації ринків.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства за просторовою ознакою ґрунтується на ієрархічній структурі кількості учасників ринку, обороті ринку та інших показниках. Співвідношення показників, що є нижчими за ієрархією ринків із вищими, і визначення їх питомої ваги дозволяє зробити висновки про пропорційність розвитку ринку в цілому.

Стихійність ринку сільськогосподарської продукції та продовольства залишається його головною ознакою. Дослідження випадкових і постійних коливань, їх частоти і сили дає уявлення про стійкість розвитку ринку. При цьому випадкові коливання ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є найбільш проблемними, оскільки їх не можна передбачати.

Зазначимо, що на особливу увагу заслуговує наступне завдання кон'юнктурного аналізу агропродовольчого ринку – циклічність і сезонність його розвитку, що безпосередньо пов'язані з природно-кліматичним чинником. Більше того, циклічність розвитку цього ринку перебуває під впливом загальних економічних і галузевих циклів.

Важливим методологічним питанням кон'юнктурного аналізу є визначення його структури. Еволюція теоретичних уявлень про економічну кон'юнктуру вказує, що у процесі сталосся розширення часових рамок цього поняття. Стало очевидним, що поточна кон'юнктура обумовлюється минулим розвитком і впливає на тенденції майбутнього.

Поряд із короткостроковими і середньостроковими станами кон'юнктури виникає необхідність поняття середньої характеристики кон'юнктури за тривалий період часу і на тривалу перспективу. У результаті у структурі дослідження економічної кон'юнктури можна виділити три взаємодоповнювальних процеси: поточне кон'юнктурне спостереження, кон'юнктурний огляд і кон'юнктурний прогноз.

Поточне кон'юнктурне спостереження дає уявлення про сформоване співвідношення попиту і пропозиції на досліджуваній період часу. Кон'юнктурний огляд спрямований на виявлення і оцінку впливу співвідношення попиту і пропозиції тих або інших чинників, що склалися. Кон'юнктурний прогноз припускає визначення можливого співвідношення попиту і пропозиції в майбутньому періоді.

У методології аналізу кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства особливу роль відіграє визначення послідовності аналітичних робіт.

Зауважимо, що під час оцінки кон'юнктурутворювальних чинників необхідно побудувати динамічні ряди показників кожного чинника, що дає можливість відобразити їх дію у минулому і поточний момент часу, а також визначити можливі їх значення у майбутньому.

Сезонний характер деяких чинників і динамічні ряди їх показників повинні будуватися за декілька років. Чим довгими будуть тренди, тим більш достовірною буде інформація, отримана в результаті їх оцінки.

Найбільша складність в аналізі кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства – це оцінка випадкових чинників та урахування їх впливу в майбутньому.

Безумовно, для ухвалення рішень відносно розвитку сільськогосподарського ринку

найбільший інтерес представляє кон'юнктурний прогноз, який повинен відповідати певним вимогам. До основних вимог, на наш погляд, потрібно віднести такі: наукова обґрунтованість і надійність прогнозних значень; достовірність показників, тобто їх однозначність за використання різних методів; альтернативний характер прогнозу з чітким формулюванням усіх гіпотез і передумов, що покладені в його основу; наявність надійної методики оцінки достовірності прогнозу для можливого його коригування; своєчасність і цілеспрямованість прогнозу.

Отже, кон'юнктура ринку є складним і мінливим явищем. Вона залежить від елементів і дій, розвиток яких підпорядковується законам та характеризується певними якісними і кількісними ознаками. Це зумовлює необхідність використання для аналізу кон'юнктури великої кількості різноманітних методів. Для їх систематизації необхідно розподілити їх на дві групи: загальні методи і спеціальні методи.

Особливе значення під час дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства мають міжгалузеві баланси, які відображають розміри і напрями матеріально-фінансових потоків між сільськогосподарським виробництвом, харчовою промисловістю і торгівлею. Ці баланси дозволяють оцінити та обрати найбільш оптимальне співвідношення між різними галузями, а також економічно обґрунтовують розміщення на території того або іншого виробництва з оцінкою забезпеченості сировиною та іншими ресурсами. Баланси використовуються і для розробки раціональних міжтериторіальних зв'язків. У рамках розвитку агропродовольчого ринку нашої країни особливого значення набувають міжрегіональні баланси, що оцінюють потоки ввезення і вивезення сільськогосподарської продукції, їх вартість та обсяги.

**Висновки.** Слід зазначити, що максимальна ефективність досліджень агропродовольчого ринку досягається у процесі комплексного використання і поєднання наведених методів. При цьому можливість застосування тих або інших методів залежить від інформаційної доступності. Поряд із доступністю багатьох джерел даних про розвиток ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, у формуванні інформаційної бази для його системної діагностики є очевидним, що офіційна статистика має цілий ряд недоліків, які негативно впливають на якість. До таких недоліків належать:

1) відсутність важливих показників. Досі у вітчизняній статистиці відсутні деякі важливі показники, що характеризують стан ринку. Зокрема, немає показників стану конкуренції на сільськогосподарському ринку, наявності та потенціалу ринкової інфраструктури тощо;

2) недостатньо відображена в статистичних даних інформація з питань зовнішніх зв'язків сільськогосподарського ринку. У блоках, що включають міжрегіональну торгівлю сільськогосподарською продукцією, не відображені території спрямування потоків. У блоках зовнішньої торгівлі інформація представлена у вартісному вираженні, що не дозволяє порівняти зміну структури експортно-імпортних операцій сільськогосподарською продукцією. Інформація щодо країн-контрагентів є не завжди достовірною, оскільки відображається за місцем укладання угод, а не виробництва і споживання товару;

3) конфіденційність даних. Наприклад, конфіденціальна інформація і комерційна таємниця підприємств, що виробляють сільськогосподарську продукцію, не завжди дозволяють отримати реальні дані;

4) характеристика приватного виробництва і тіньового бізнесу у сфері агропродовольчого ринку, які часто представлені недостовірно в інформаційній базі;

5) офіційні публікації статистичних даних через півроку, рік після одержання результатів знижують результативність оцінки.

Така ситуація підтверджує необхідність вдосконалення інформаційного забезпечення розвитку сільськогосподарського ринку.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Батир Ю.Г., Гримблат С.О. Моніторинг ринку сільськогосподарської продукції / Ю.Г. Батир, С. О. Гримблат // Економічний простір, 2009. – № 22/2. – С. 131-136.
2. Скопина И.В. Маркетинговый анализ на основе экономико-математических методов: в 7 частях. 4.1. Потребительский рынок, конъюнктура, модели: Учебное пособие / И.В. Скопина, А.Ф. Рогачев. – Киров: Изд-во ВятГУ, 2003. – 180 с.
3. Новоселов А.С. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики / А.С. Новоселов / Отв. ред. В.В. Кулешов. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 364 с.
4. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект // Збірник наукових праць. – Луганськ, 2004. – № 38/50. – С. 8-16.
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
6. Опарин Д.И. Конъюнктура и рынки. / Д.И. Опарин. – М.: Техника управления, 1928. – 392 с.

### **Теоретико-методические основы исследования конъюнктуры агропродовольственного рынка**

**В.Н. Цихановская**

В статье раскрыта экономическая сущность понятия «конъюнктура» и рассмотрены основные подходы к определению этого понятия различными учеными. Автором раскрыты теоретико-методические основы исследования агро-продовольственного рынка. Рассмотрены свойства конъюнктуры и ее особенности на рынке агропродовольственной продукции. Автором осуществлена оценка имеющихся теоретико-методических подходов к конъюнктурному анализу рынка, который исследуется. Обоснована необходимость создания системы оперативного сбора, обработки, хранения и распространения информации о конъюнктуре рынка на конкретный момент времени. Проанализированы суть и методика проведения ценового мониторинга в условиях украинского рынка агропродовольственной продукции. Особое внимание уделяется оценке методов исследования состояния агропродовольственного рынка.

**Ключевые слова:** агропродовольственный рынок, методы исследования, конъюнктура.

### **In theory and methodological basis of the research environment food market**

**V. Tsihanovskaya**

The article discloses the economic substance of the concept of "environment" and the basic approaches to the definition of this concept by various scholars. The author disclosed theoretical and methodological bases of research food market. The properties of the environment and its characteristics in the market of agro-food products. The author conducted an appraisal of the available theoretical and methodological approaches to the conjunctural analysis of the market, which is being investigated. The necessity of creating a system of rapid acquisition, processing, storage and dissemination of information about the state of the market at a particular time. Analyzed the nature and methodology of price monitoring in the Ukrainian market of agro-food products. Particular attention is paid to the assessment methods of studying the state food market.

**Key words:** agri-food market research methods, conditions.