РОЗДІЛ 3
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.12.017

Андрейченко А. В.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ АПК

У статті розглянуто основні методи аналізу економічної кон'юнктури ринку продукції АПК України в умовах сучасних аграрних трансформацій. Доведено, що ефективний розвиток ринку продукції АПК залежить, з одного боку, від збалансованого, добре організованого й економічно обґрунтованого методу його ведення, з іншого – від своєчасності та достовірності інформації про майбутні тенденції розвитку досліджуваного ринку.
Ключові слова: кон'юнктура, методологія, ринок, прогнозування, АПК.

Постановка проблеми. Обізнаність щодо стану національної економіки та ефективності ринкових механізмів конкуренції, попиту і пропозиції, ціноутворення, податків, грошей, валюти та інших процесів помітно змінює порядок функціонування господарських систем. Це дає змогу прогнозувати динаміку попиту і пропозиції, встановлювати зв'язок між потребами і споживчими властивостями товарів, підвищувати якість та ефективність управлінських дій у стратегічному для країни ринку харчової сировини та продукції АПК. Підприємцю важливо мати мобільну систему вивчення ринку, яка б дала змогу оперативно реагувати на зміну обставин, які зумовлюють напругу економічного життя і в кінцевому підсумку – успіх господарської діяльності [1, с. 3].

Ефективний розвиток АПК у ринкових умовах залежить, з одного боку, від збалансованого, добре організованого й економічно обґрунтованого методу його ведення, з іншого – від своєчасності та достовірності інформації про майбутні тенденції розвитку досліджуваного ринку.

Агропромислове виробництво завжди перебуває у центрі економічної системи і забезпечує діяльність інших галузей економіки. Воно може здійснювати вирішальний вплив на екологію і соціальне життя суспільства і, як наслідок, рівень його розвитку визначає народногосподарський потенціал країни.

Специфіка вивчення економічної кон'юнктури ринку АПК являє собою послідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, що дають змогу дати аналіз сформованого положення на ринку й виробити прогноз найближчих перспектив його розвитку, зокрема місткості ринку, активності конкурентів, стану попиту та пропозиції, змін у потребах покупців тощо [2, с. 29].

Притаманна ринковому господарству багатогранна характеристика мінливих умов, у яких відбувається відтворювальний процес, зумовлює необхідність постійних досліджень цих змін у поточному періоді й оцінки їх у майбутньому [3, с. 6]. У сучасних умовах ринок повинен бути об'єктом постійного спостереження. Але самі по собі ринкові дослідження не мають ніякої цінності, якщо вони не пов'язані із прийняттям управлінських рішень, тому результатом таких досліджень є інформація, яка дає відповідь на питання, що цікавить суб'єктів ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питання розвитку ринків, у тому числі АПК, присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників: В. Андрійчука, О. Варченко, М. Губи, В. Горьового, Р. Грінченко, А. Діброви, С. Дусановського, В. Карпова, В. Кучеренка, С. Кваші, Ю. Кирилова, М. Кондратьєва, М. Корецького, М. Латиніна, Ю. Лопатинського, Ф. Лассаля, А. Макуняна, Д. Медоуза, Ф. Шульца-Деліча, А. Шеффле, А. Вагнера, В. Зомбарта, В. Репке, С. Первушина, В. Федоряки, М. Хорунжого та ін. Вченими приділялася увага обґрунтуванню теоретичних основ кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції, виокремленню основних кон'юнктурних показників та напрямів оптимізації, виявленню факторів впливу на кон'юнктуру ринку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на ґрунтовний внесок науковців у розроблення проблематики ринкової кон'юнктури, подальшого системного вивчення потребує методологія дослідження економічної кон'юнктури ринків агропромислової продукції для реалізації ефективних програм державної підтримки аграрної сфери економіки задля забезпечення розвитку високоефективного та конкурентоспроможного АПК у цілому.

Мета статті полягає у дослідженні основних методів аналізу економічної кон'юнктури ринку продукції АПК України в умовах сучасних аграрних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення та дослідження кон'юнктури ринку, розроблення стратегії розвитку підприємства чи галузі на основі одержаної інформації належать до важливих і необхідних завдань сучасності, але водночас є надзвичайно складними завданнями, які потребують сукупності спеціальних підходів та методів аналізу, дослідження та прогнозування різноманітних ринків. Це можна пояснити тим, що жодне сучасне підприємство не в змозі ефективно працювати, не маючи ефективної стратегії розвитку, яка б передбачала майбутні зміни і відповідала сучасним вимогам та наявним підходам до планування та прогнозування [4, с. 17].

Агропродовольчий ринок займає особливе місце в структурі аграрного ринку України, є визначальним результатом функціонування аграрного сектора і підприємств із переробки сільсько-

© Андрейченко А. В., 2017

господарської продукції. На ефективність його функціонування справляють безпосередній вплив ринок землі, ринок праці, ринок інвестиційних товарів та інші важливі складники. Стабільність його функціонування і науково обґрунтована насиченість сільськогосподарськими продуктами і агропродовольчими товарами є ключовим завданням і метою подальшого розвитку агропромислового комплексу України [5, с. 20].

Ю.Є. Кирилов, проаналізувавши більш ніж двадцятирічний шлях трансформацій в АПК України, закономірності сучасного процесу глобалізації, тенденції інтеграції України до світового співтовариства, справедливо доходить висновку, що подальший розвиток аграрного сектору на засадах конкурентоспроможності можливий у межах певного комплексу методологічних орієнтирів [6, с. 95].

Найбільш важливим і основним елементом вивчення і дослідження кон'юнктури ринку АПК є її прогноз. Під прогнозуванням слід розуміти наукове обґрунтування і визначення можливої як якісної, так і кількісної зміни стану досліджуваних об'єктів і явищ у майбутньому, а також альтернативних шляхів і термінів їх досягнення. Вивчення кон'юнктури минулого і сучасного проводиться, головним чином, лише для того, щоб правильно визначити перспективи її подальшого розвитку.

Фундаментом кон'юнктурного прогнозування, що виступає одним із завершальних етапів вивчення ринкової кон'юнктури, є аналіз і виявлення причинно-слідчих зв'язків, тенденцій і закономірностей зміни її стану. Точність прогнозу значною мірою залежить від повноти і надійності інформації про досліджувані ринкові процеси та чинники, що визначають їхній рівень і розвиток; від ступеня стійкості досліджуваного ринку й економіки у цілому; від адекватності прогнозної моделі, тобто від правильності вибору виду прогнозної моделі та ступеня апроксимації нею емпіричних даних.

Для підвищення ймовірності прогнозу важливим є визначення і збільшення числа ознак, що так чи інакше пов'язані з предметом дослідження і котрих повинно бути достатньо, щоб побачити й оцінити прогнозований об'єкт або явище на фоні інших. Процес прогнозування повинен, як правило, передбачати чітку постановку його цілі, що визначає напрями таких дій, як отримання необхідної та достатньої кон'юнктурної інформації, її опрацювання, оцінки й аналізу, а також визначення перспектив та ймовірної реалізації прогнозу. Всі етапи процесу розроблення прогнозу повинні бути узгоджені з поставленими цілями та завданнями. В одних випадках, виходячи з поставлених цілей, прогнозуються шляхи їх досягнення, в інших – прогнозовані дослідження здійснюються для того, щоб визначити реальну можливість досягнення поставлених цілей. У першому випадку має місце так зване нормативне прогнозування, в другому – пошукове.

Нормативне прогнозування йде від бажаного майбутнього до сучасного. За нормативного підходу визначаються шляхи і терміни досягнення ймовірного стану об'єкта прогнозування в майбутньому, що приймається у вигляді цілі. Пошукове прогнозування полягає в аналізі об'єктивних тенденцій розвитку даного досліджуваного явища або процесу. За пошукового, або дослідницького, підходу кінцевою ціллю є визначення можливого стану об'єкта прогнозування в перспективі з урахуванням того, що зберігаються наявні тенденції розвитку цього об'єкта.

Розбіжність нормативних і пошукових дослідницьких оцінок об'єкта прогнозування пояснюється здебільшого протиріччями між соціально-економічною потребою і можливістю її вирішення та задоволення [1, с. 82].

Таким чином, прогнозування включає в себе всебічний аналіз і дослідження тенденцій розвитку аналізованого процесу або явища в умовах дії об'єктивних ринкових законів. Наявність прогнозу з тієї або іншої проблеми дає можливість уникнути помилок та рішень, що випереджають або запізнюються, попередити дії, що є несприятливими і небажаними. Прогнозування є одним із засобів розроблення стратегії ефективного управління у всіх ланках і на всіх рівнях організації суспільно-економічної системи.

Залежно від характеру джерел інформації методи прогнозування поділяють на два основних класи: евристичні і фактографічні. У першому випадку джерелом інформації є дані, отримані за допомогою логічних прийомів і методичних правил теоретичного дослідження. У другому випадку прогностичне розроблення базується виняткова на фактичному матеріалі, конкретних даних, що детально характеризують зміни в часі ознак об'єкта прогнозування.

Клас евристичних методів прогнозування містить у собі інтуїтивні й аналітичні моделі. До інтуїтивного належать методи, що передбачають залучення експертів, спеціалістів у даній галузі знань і практики, а також метод «мозкового» штурму, Дельфі-метод та ін. [2, с. 60].

До аналітичних методів належать методи, що ґрунтуються на логічному теоретико-емпіричному аналізі моделі прогнозованого процесу або явища. Переважно вони базуються на математичному моделюванні і, як правило, застосовуються для нормативного прогнозування. Тут використовуються групи різноманітних методів, серед яких: метод аналогій, історико-логічний метод, метод побудови дерева цілей, сітьовий метод, матричний метод, метод оптимізації, ігрове моделювання та ін.

Клас фактографічних методів прогнозування розділяється на статистичні та методи, що випереджують. Статистичні методи ґрунтуються на побудові й аналізі емпіричних часових рядів характеристик досліджуваних процесів або явищ, а попереджуючі – на опрацюванні інформації, що має відношення безпосередньо до часу попередження.

Частіше за все в кон'юнктурному прогнозуванні знаходять застосування статистичні методи, до яких належать: методи екстраполяції та інтерполяції, метод функцій, кореляційний і регресійний аналіз, методи гармонійних зважених, плаваючих середніх тощо.

Найбільш важливими класифікаційними ознаками методів кон'юнктурного прогнозування є: ступінь формалізації, загальний принцип дії, наявність і засіб одержання кон'юнктурно-прогнозної інформації.

Своєю чергою, за ступенем формалізації методи прогнозування можна розділити на інтуїтивні та формалізовані (рис. 1). Перші застосовуються, коли неможливо врахувати вплив багатьох чинників через значну складність об'єктів прогнозування. Ці методи базуються переважно на інформації, що отримується за оцінками спеціалістів-експертів. Формалізовані методи базуються на фактично наявній інформації про об'єкт прогнозування та його минулий розвиток.

Варто зауважити, що комплекс застосовуваних методів кон'юнктурного прогнозування постійно вдосконалюється і доповнюється новими методами. Однією з центральних проблем є розроблення обґрунтованої класифікації і вибір найбільш ефективних методів прогнозування.

Отже, методами прогнозування можна назвати сукупність прийомів та оцінок, що дають можливість на основі аналізу минулих (ретроспективних) внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків, властивих досліджуваному об'єкту, а також їхніх змін винести судження певної ймовірності, що стосуються майбутнього його розвитку.

Завдання кон'юнктурного прогнозування у кінцевому підсумку полягає у тому, щоб з окремих явищ і фактів, що лежать на поверхні досліджуваного процесу або явища, скласти картину їхньої внутрішньої взаємодії і прямування. Отже, всі види прогнозування можна розглядати як доповнення методів аналізу об'єктивних кон'юнктурних процесів до загального дослідження тенденцій їхнього розвитку.

Крім того, методи прогнозування можна підрозділити на якісні та кількісні.

Якісні методи засновуються переважно на логічному аналізі об'єктів прогнозування, що виходить із загальних закономірностей розвитку, і, як правило, мають за мету в загальній формі окреслити коло довгострокових проблем і розкрити можливості його розширення.

Кількісні, чисто формальні методи складаються з математичного аналізу статистичного матеріалу, що характеризує розвиток досліджуваного об'єкта прогнозування за певний період.

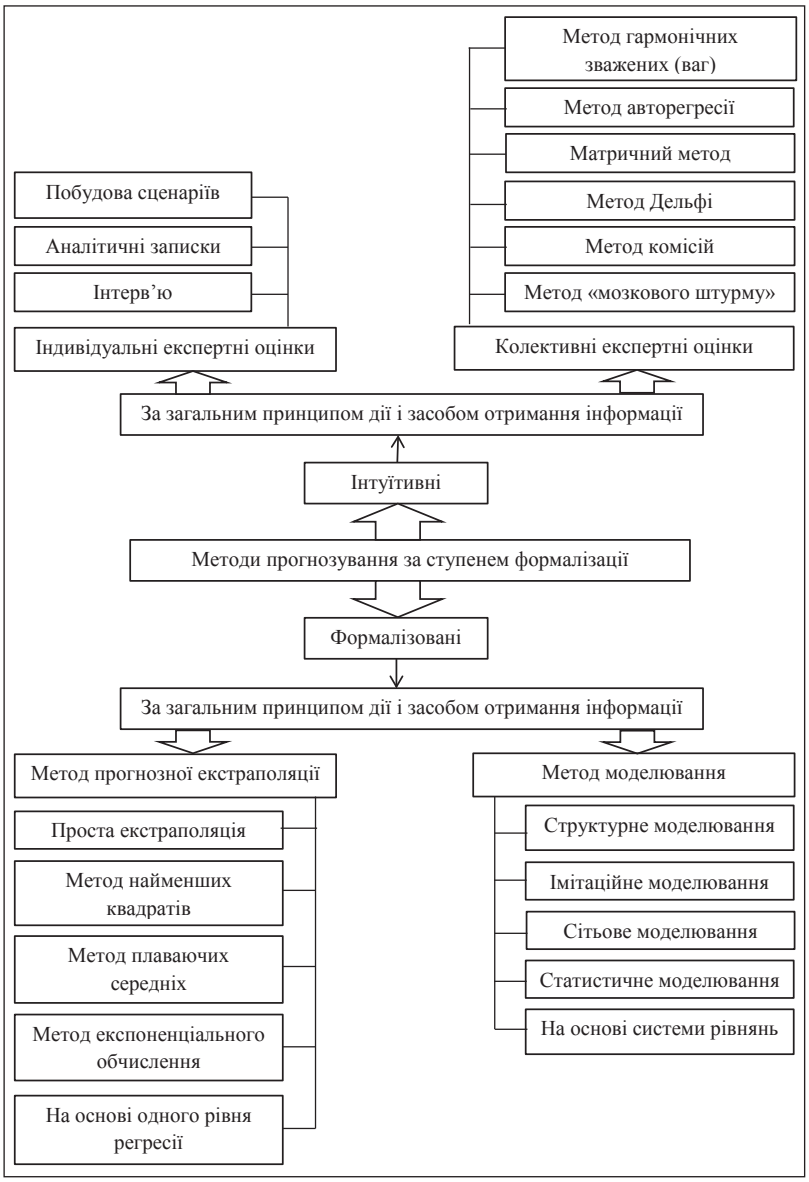

Рис. 1. Класифікація основних методів прогнозування

Джерело: складено автором на основі [1; 2]

Як нами вже відзначалося, розрізняють також часовий горизонт прогнозування. Із цих позицій чим меншою є тривалість прогнозованого періоду і вужче його масштаб, тим більшою повинна бути деталізація його змісту, вище його нормативний характер, ширше – застосування кількісних методів і насамперед у їхній статистичній формі. Водночас більш глибокий прогноз, особливо на віддалений період, повинен максимально брати до уваги ймовірні зміни умов, в яких буде функціонувати ринок АПК. Мистецтво впорядкування прогнозу саме й полягає в умінні передбачати зміну тих або інших соціально-економічних умов та демографічної обстановки. При цьому не виключається багатоваріантність прогнозу в заданих межах достовірності.

Основними принципами організації кон'юнктурного дослідження є:

– науковість, тобто опис, пояснення і пророкування досліджуваних явищ і

процесів на основі використання науково обґрунтованої та апробованої методики;

– системність, тобто притаманна досліднику логічна послідовність етапів і дій, певна структура та ієрархія елементів і показників;

– комплексність вивчення різних аспектів і закономірностей розвитку ринку в їх взаємозв'язку і взаємозумовленості;

– оперативність, гнучкість і перспективність, тобто кон'юнктурне дослідження має передувати всім кон'юнктурним операціями, супроводжувати їх і завершувати їх, поєднувати короткострокові і довгострокові прогнози;

– ефективність – витрати на кон'юнктурне дослідження повинні окупатися і давати ефект (непрямий – у формі успіху кон'юнктурних операцій і прямий – у вигляді зростання прибутку або доходу) [1, с. 76].

Неодмінною вимогою до прогнозування ринкових процесів і явищ є комплексність, що являє собою одночасне впорядкування прогнозів усього комплексу основних параметрів досліджуваного ринку, хоча й не виключається розроблення прогнозу тільки одного або декількох із них, найбільш важливих для кон'юнктурно-дослідницьких цілей.

У цілому ж науковий аналіз кон'юнктурно-економічних процесів і тенденцій за своїм змістом повинен передбачати три основні стадії:

1) ретроспекцію – етап прогнозування, на якому досліджується історія розвитку об'єкта або явища для одержання його систематизованого опису;

2) діагноз – етап прогнозування, на якому виявляються тенденції його розвитку і здійснюється вибір методів і моделей прогнозування;

3) проекцію – етап прогнозування, на якому за даними діагнозу розробляється прогноз ходу подальшої зміни досліджуваного об'єкта або явища, здійснюється оцінка ступеня його ймовірності, точності й обґрунтованості.

За рівнем складності та послідовності інформаційно-аналітичної діяльності в кон'юнктурному дослідженні слід виділити декілька ступенів:

1) попереднє, або розвідницьке, дослідження, яке здійснюється на найпершому етапі й яке полягає у первинному зборі інформації, необхідної для виявлення і постановки проблем інформаційно-аналітичної діяльності, формування кола кон'юнктурних показників;

2) описове, або дескриптивне, дослідження являє собою констатацію або опис ситуації, кон'юнктурної ситуації, засноване на реальних фактах, подіях, змінах тощо;

3) казуальне дослідження, яке має меті перевірку висунутих гіпотез, характеристику закономірностей розвитку, взаємозв'язків досліджуваного ринку тощо [1, с. 75].

Для кон'юнктурного дослідження характерним, на нашу думку, має бути поєднання високого ступеня формалізації дослідницького процесу, використання математичного апарату, методів кон'юнктурно-економічного моделювання з неформалізованою, описовою характеристикою досліджуваних явищ і процесів, а також якісними, або атрибутивними, оцінками, свого роду ринкової діагностики.

Висновки. На розвиток кон'юнктури ринку продукції АПК чинить вплив сукупність різноманітних чинників. Водночас жодна модель, якої б розмірності і ступеня дезагрегації вона не досягала, не в змозі включити усі кон'юнктуроутворюючі чинники. Однією з найважливіших передумов успіху й ефективності економіко-математичного прогнозування є відбір таких параметрів, які відбивали б вплив на розвиток кон'юнктури основних чинників не тільки стосовно минулого, а й майбутньому. У цьому зв'язку велике значення має також коригування минулих трендів (тенденцій) з урахуванням зміни сили впливу чинників, що визначали розвиток кон'юнктури досліджуваного ринку в минулому, можливої появи нових чинників, експертних оцінок і т. д.

Дослідження економічної кон'юнктури ринку продукції АПК потребує глибокого і детального подальшого аналізу усіх зв'язків і взаємозв'язків, що існують між змінами, що відбуваються, і причинами, які викликали ці зміни. Такий аналіз повинен допомогти зрозуміти внутрішній устрій і структуру досліджуваного ринку, а також дати можливість виявити основні рушійні мотиви і сили.

Список використаних джерел:

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : [навч. посіб.] / В.Р. Кучеренко [та ін.]. – Одеса : ОНЕУ, 2014. – 345 с.
2. Моніторинг світових ринків харчової сировини і продукції АПК : [навч. посіб.] / В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, Р.В. Грінченко. – Одеса, 2013. – 111 с.
3. Губа М.І., Кирилов Ю.Є. Кон'юнктура світового ринку сільськогосподарської продукції: теорія, методологія, практика : [монографія] / М.І. Губа, Ю.Є. Кирилов. – Херсон : Олді-Плюс, 2010. – 415 с.
4. Оболенцева Л.В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку : [підручник] / Л.В. Оболенцева. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 249 с.
5. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи : [монографія] / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 246 с.
6. Кирилов Ю.Є. Концептуальні засади конкурентоспроможного розвитку аграрного сектору економіки України в умовах глобалізації / Ю.Є. Кирилов. – Херсон : Олді-плюс, 2015. – 420 с.

Андрейченко А. В.
Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА ПРОДУКЦИИ АПК

Резюме
В статье рассмотрены основные методы анализа экономической конъюнктуры рынка продукции АПК Украины в условиях современных аграрных трансформаций. Доказано, что эффективное развитие рынка продукции АПК зависит, с одной стороны, от сбалансированного, хорошо организованного и экономически обоснованного метода его ведения, с другой – от своевременности и достоверности информации о будущих тенденциях развития исследуемого рынка.

Ключевые слова: конъюнктура, методология, рынок, прогнозирование, АПК.

Andreichenko A.V.
Odessa I.I. Mechnikov National University

RESEARCH METHODOLOGY OF ECONOMIC CONJUNCTURE OF THE AIC PRODUCTS MARKET

Summary
The article deals with the basic methods of analysis of the market conditions of Ukrainian AIC products in the context of modern agrarian transformations. It is proved that the effective development of the market of AIC products depends on the one hand, on a balanced, well-organized and economically sound method of its management, on the other hand, on the timeliness and reliable market information on future trends.

Keywords: market conditions, methodology, market, forecasting, agroindustrial complex (AIC).