

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 303.1:338.439.5:637.5`64

*Ібатуллін М.І.,
д-р екон. наук, доцент, професор кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Постановка проблеми. Ринок продукції свинарства об'єднує навколо себе багато галузей економіки та соціальної сфери, а також надає інформацію про стан сільськогосподарського виробництва, м'ясопереробної промисловості та роздрібної торгівлі. Як багатоаспектний та складний елемент агропродовольчого ринку, ринок продукції свинарства повинен мати власну методологію дослідження. Відомо, кожний науковий елемент та предмет, який необхідно вивчити, потребує певного методу його пізнання. За широкого підходу методології вона включає в себе загальнофілософський метод пізнання, пов'язуючи між собою основні принципи наукового мислення, до яких відносять індукцію, дедукцію, аналіз, синтез, аналогію, порівняння, експеримент та ін. Перелічені методи дають змогу побудувати логічну систему прогнозування, необхідну для одержання конкретних результатів, здійснити діалектичний процес пізнання – від абстрактного до конкретного, від явища до сутності, від простого до складного, а від них до практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти функціонування агропродовольчого ринку та продукції свинарства зокрема висвітлено у працях В. Андрійчука, В. Галушки, А. Діброви, С. Дусановського, Г. Калетніка, С. Кваші, М. Корецького, М. Латиніна, Ю. Лопатинського, Ю. Лупенка, Т. Осташко, Б. Пасхавера, М. Пугачова, М. Талавирі, П. Саблука, О. Скидана, О. Шибаніної, О. Шпичака, О. Шпикуляка, О. Шубравської та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій підтверджує вагомість останніх наукових результатів. Одночасно підтверджено доцільність продовження вивчення поставленої проблеми, зокрема повнішого визначення методологічних засад дослідження ринку продукції свинарства.

Постановка проблеми. Метою дослідження є розробка методологічних положень щодо розвитку та функціонування ринку продукції свинарства в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нашому розумінні ринок продукції свинарства є системою економічних відносин у сфері виробництва, переробки і реалізації м'яса свиней та продуктів його переробки, а також продажу живих тварин і племінного молодняка. Ці відносини складаються за участі держави та під впливом зовнішньоекономічного середовища.

Окрім того, розроблена нами стратегія розвитку ринку продукції свинарства набуває ознак концептуальної моделі довгострокового розвитку ринку, в якій логічно обґрунтовано з урахуванням існуючих тенденцій та наявних ресурсів заходи, що відповідають поставленим цілям і завданням розвитку племінної бази вітчизняного свинарства та заміщення зарубіжних генетичних ресурсів на внутрішньому ринку на основі інтенсифікації селекційного процесу в галузі та побудови ефективної моделі управління генетичними ресурсами, створення ринкової інфраструктури, підвищення якості та розширення асортименту шляхом глибокої переробки, зниження витрат на виробництво й обіг, що сприятиме повнішому забезпеченню споживачів продукцією галузі.

Вирішення поставлених завдань дасть можливість сформулювати стратегію розвитку ринку продукції свинарства як сукупність довгострокових цілей щодо ефективного використання виробничих ресурсів з метою підвищення ефективності функціонування досліджуваного підкомплексу, конкурентоспроможності кінцевої продукції та покращення забезпечення населення країни продукцією галузі в обсягах, необхідних для економічного зростання та соціального розвитку сільських територій.

Наша позиція полягає в тому, що стратегія розвитку свинарства пов'язана із досягненням цілей першого та другого рівнів. Так, цілями першого рівня є досягнення ефективного функціонування підкомплексу свинарства на інноваційній основі; формування експортного потенціалу; підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Цілі другого рівня: покращення структури харчування населення країни за рахунок підвищення частки м'яса свиней та м'ясопродуктів; виробництво м'ясної продукції з урахуванням споживчого попиту та тенденцій його зміни. Реалізація стратегії розвитку досліджуваного підкомплексу

передбачає здійснення державою низки заходів та механізмів економічного, соціального, організаційного характеру, що в сукупності формуватимуть політику держави щодо розвитку досліджуваного ринку.

Узагальнимо методологічні засади дослідження ринкових відносин та ідентифікуємо їхні складові. Так, у найбільш загальному вигляді методологія – це деяка сукупність філософських методів пізнання, що охоплює індуктивний метод Ф. Бекона, раціоналістичний метод Р. Декарта, діалектичний метод Сократа, Г. Гегеля, К. Маркса, феноменологічний метод Е. Гуссерля, системний метод Л. Берталанфі, У. Ешбі, Т. Парсонса та ін. Отже, методологія розглядається як система методів пізнання, в тому числі й конкретних, тобто це певна сукупність методів діяльності. Недолік такого підходу полягає в тому, що методологія звужується до розуміння лише методів пізнання, а методологічні принципи, теорії та парадигми залишаються поза увагою.

Існує також підхід, який розглядає методологію як загальну теорію методів пізнання. Так, В. Кохановський зазначає: «Методологія як загальна теорія методу формувалася в зв'язку з необхідністю узагальнення і розробки тих методів, засобів і прийомів, які були відкриті в філософії, науці та інших формах діяльності людей» [1, с. 170].

Під методологією розуміють цілісну систему, складові якої мають специфічне цільове призначення, пов'язане з реалізацією діяльності. Дане трактування заслуговує на увагу, оскільки воно об'єднує всі основні її складові.

Схожою є позиція, відповідно до якої методологія розглядається як багаторівнева система, перший рівень якої посідає філософська методологія, далі – загальнонаукова методологія, а на найнижчому рівні – методологія галузевих видів науки [2]. Зазначимо, що ця ієрархія має системний характер, оскільки всі її рівні утворюють цілісний методологічний організм, а галузева методологія постійно підтримується філософською та загальнонауковою методологією.

За підходом В. Шейко і Н. Кушнарєнко, методологія зводиться до мети, змісту і методів дослідження. Так, «... методологія – це концептуальний виклад мети, змісту, методів дослідження, які забезпечують отримання максимально об'єктивної, точної, систематизованої інформації про процеси і явища» [3]. Із цією думкою не можна повністю погодитися, оскільки в цьому разі не враховуються всі складові методології.

Як зазначається в економічній літературі, методологія є вченням про структуру, логічну організацію, методи та засоби діяльності. Методологія науки – це вчення про принципи побудови, методи, форми організації та способи наукового пізнання [4]. Зазначимо, що сучасна наука тлумачить методологію як: сукупність теоретичних принципів, логічних прийомів і конкретних способів дослідження; науку про методи, вчення про правила мислення при створенні теорії науки; систему теорій, принципів, законів і категорій, що відображають процес пізнання [5].

Методологія дослідження ринку продукції свинарства нами розглядається як специфічна сфера діяльності, яку не можна зводити лише до методів управління, під якими «розуміються способи і прийоми аналізу та оцінки управлінських ситуацій, використання правових, економічних та організаційних форм впливу на попит та пропозицію на ринку, а також поведінку суб'єктів ринку, їхні відносини та зв'язки» [6].

Методологію наукового дослідження економічного явища можна розглядати як систему, яка повинна виконати три взаємопов'язані функції. Перша із них передбачає одержання, створення нового знання, яке реалізується на основі загальнонаукових методів і загальнофілософських форм і принципів пізнання. Друга функція полягає у структуруванні нового знання у вигляді нових понять, категорій, теоретичних ідей, гіпотез, теорій. Третя функція передбачає організацію використання одержаних знань у суспільному житті та практичній діяльності.

Щодо ринку продукції свинарства, то методологічні засади можна розглядати через:

- з'ясування закономірностей та об'єктивних процесів, які відбуваються на ринку продукції свинарства, розгляд цих особливостей у межах певних наукових концепцій і методів; створення раціональної моделі ринку продукції свинарства, яка б дала змогу запропонувати теоретичні та методичні розробки щодо освоєння нових аспектів ринку, розробити стратегію розвитку, прогнозувати можливі процеси та явища на ньому;

- виявлення ймовірних конфліктів і ризиків для суб'єктів ринку продукції свинарства, надавши пріоритетності економічній доцільності та підвищенню ефективності використання ринкових принципів, при цьому не виключаючи правові норми. Правовий захист більшою мірою повинен стосуватися кінцевого споживача;

- удосконалення законодавчих актів і процедур, якими керуються суб'єкти на ринку продукції свинарства. Завдання полягає в оцінці наслідків прийняття нових законів і нормативних актів, які можуть впливати на інституційну складову;

- розгляд галузі свинарства (вирощування свиней) як матеріальної бази ринку, його вивчення та аналіз повинні бути органічно пов'язаними, що дасть змогу забезпечити стабільний розвиток та нейтралізувати «провали ринку».

На наше переконання, зазначені вимоги визначають необхідність розробки додаткових способів дослідження ринку продукції свинарства, які б ефективно доповнювали вже існуючі методичні підходи. За авторським підходом, методологія ринку продукції свинарства полягає в тому, що він розглядається нами, по-перше, як ринок у загальноекономічному розумінні; по-друге, як специфічний ринок, основним завданням якого є задоволення потреб населення. Виходячи із цього, методологія дослідження повинна спиратися на методи вивчення ринку та на методи вивчення процесів, пов'язаних із виробництвом і доведенням продукції свинарства до споживачів.

Окрім того, особливість та специфічність ринку продукції свинарства, численність продуктів, які пропонуються на ньому, зумовлюють необхідність визначення типу конкурентних відносин, що домінують на даному ринку. Виявити тип ринку можна за різними методичними підходами. Наприклад, за оцінки пріоритетів маркетингової діяльності підприємств досліджуваної галузі – суб'єктів ринкових відносин і шляхом зіставлення параметрів моделі конкуренції та основних параметрів досліджуваного ринку.

До параметрів, за допомогою яких можна визначити тип конкуренції, відносимо: кількість продавців і покупців, рівень диференціації та стандартизації продукції, частки підприємств на ринку, сумарні частки великих компаній, ступінь взаємозалежності конкурентів, ефект економії на витратах, ефективність масштабу виробництва, параметри цінової політики, рівень регулювання ринку державою.

Оцінка інтенсивності конкуренції на ринку продукції свинарства потребує інформаційного забезпечення, що містить дані про окремі товарні групи, а також загальні обсяги виробництва, про структуру виробництва та його обсяги за товаровиробниками, а також дані про кількість підприємств-товаровиробників окремих видів продукції. Методичною базою оцінки ступеня інтенсивності конкуренції є показники, що характеризують рівень розподілу ринкових часток між господарюючими суб'єктами галузі, та показники оцінки ступеня економічної концентрації, а саме: частка ринку підприємства; коефіцієнт відносної частки ринку; коефіцієнт концентрації; коефіцієнт Герфіндаля-Гіршмана; коефіцієнт відносної концентрації.

На основі переліченої вище системи узагальнених показників визначається стан ринку, ступінь його концентрації або монополізації. За результатами аналізу формується інформація про стан ринкової структури та рівня її концентрації.

На підставі оцінки цієї інформації можна аналізувати рівень інтенсивності конкуренції й розробити управлінські рішення про необхідність та характер втручання у процеси формування конкурентних відносин на вітчизняному ринку продукції свинарства.

Ринок продукції свинарства формується під впливом численних внутрішніх та зовнішніх факторів. Тому його оцінювання необхідно проводити на основі багатofакторного аналізу, який враховує різнобічні сторони процесів і явищ, що відбуваються на ньому. Доцільно вибрати об'єктивні критерії, які можуть бути загальними та частковими. Загальні повинні характеризувати основні цілі функціонування ринку, часткові – оцінити окремі напрями його розвитку.

Основною метою функціонування ринку продукції свинарства варто вважати забезпечення населення високоякісною продукцією: продуктами забою та виробленою м'ясопродукцією в основному за рахунок розвитку вітчизняного виробництва. Реалізація цієї мети може бути відображена через систему показників, які характеризують усю сукупність процесів, тенденцій та явищ. Так, на основі вивчення даних про виробництво свинини у країні та обсяги її ввезення можна визначити рівень насичення вітчизняного ринку продукції свинарства імпортною продукцією; на основі динаміки поголів'я та обсягів виробництва свинини виявити загальні тенденції розвитку свинарства. Порівняння показників собівартості 1 ц реалізованого м'яса свиней із виручкою від реалізації цієї продукції дає можливість оцінити рентабельність галузі свинарства.

Структурно ринок продукції свинарства може бути представлений трьома спеціалізованими ринками: племінної продукції свинарства; живих тварин і продуктів їх забою. Нами розглядатимуться всі три ринки як взаємопов'язані і взаємозалежні.

Дослідження економічної кон'юнктури є основою обґрунтування управлінських рішень на мікро-, мезо- та макроекономічному рівнях функціонування соціально-економічної системи. На мікроекономічному рівні аналіз кон'юнктури ринку здійснюється з метою обґрунтування тактичних та стратегічних завдань окремих господарюючих суб'єктів. Як правило, це аналіз і прогнозування процесу відтворення окремих товарів у заданих географічних межах. Часові межі аналізу та прогнозування кон'юнктури визначені коротко-, середньо- та довгостроковою перспективою.

Одним із першочергових напрямів дослідження кон'юнктури традиційно є вивчення динаміки попиту та пропозиції. Не менш вагомий показник – це темпи економічного росту. Глобалізація світової торгівлі та міжнародний поділ праці вносять корективи у визначення просторових меж кон'юнктури. Доведено, що кон'юнктура світових ринків впливає на кон'юнктуру ринків усередині країни. Питання щодо необхідності та можливості використання формалізованих методів при аналізі економічних процесів розглядалися багатьма вітчизняними та іноземними дослідниками [7]. Набула розвитку концепція «evidence-based economics» – «економіки, що базується на доказах», тобто

використовується принцип доказовості на будь-якому рівні прийняття рішень – від державної політики до програми розвитку елемента соціуму [8].

Моделі динаміки економічної кон'юнктури досліджуються у роботах М.Д. Кондратьєва [9], який обґрунтував можливість використання кривої для опису основних тенденцій динаміки національного господарства. Основою доказу є вивчення рядів динаміки таких інтегральних економічних показників, як національний капітал, рівень технологічного розвитку, чисельність населення.

Узагальнення праць М.Д. Кондратьєва дає змогу виділити такі методологічні за сутністю системні принципи дослідження кон'юнктури. Принцип зворотного зв'язку – при дослідженні динаміки кон'юнктури необхідно враховувати те, що дослідження кривої кон'юнктури є дослідженням процесів у взаємному їх зв'язку [9]. Принцип повноти множини досліджуваних показників передбачає визначення кількості показників – індикаторів зміни кон'юнктури, для чого необхідно використовувати всі показники економічної реальності, які є об'єктом економічної науки і які так чи інакше є зворотними процесами.

Принцип достатності статистичної інформації означає, що окремі елементи в їх зміні настільки є близькими, що немає потреби усіх їх враховувати.

Принцип нерозривності статистики та динаміки досліджуваної системи, що впливає із сформульованого М.Д. Кондратьєвим [9] загального визначення кон'юнктури: «під економічною кон'юктурою кожного моменту ми розуміємо напрям та ступінь зміни сукупності елементів народногосподарського життя порівняно із попереднім моментом, ... якщо ми візьмемо послідовний ряд таких моментів, то одержимо ... систему кривих, яка буде характеризувати ... хід кон'юнктури».

Принцип ієрархічності поняття «кон'юнктури», що ґрунтується на видових визначеннях кон'юнктури, передбачає розгляд кон'юнктури світового господарства, національного господарства або кон'юнктури окремої галузі.

Принцип урахування впливу зовнішнього середовища, що виявляється при аналізі галузевої кон'юнктури і впливає із визначень простої та диференційованої кон'юнктури М.Д. Кондратьєвим означає: «під простою спеціальною кон'юктурою ми розуміємо напрям і ступінь зміни сукупності елементів цієї галузі у даний момент порівняно із попередніми періодами; ... під диференційованою кон'юктурою ми розуміємо просту кон'юктuru цієї галузі, але взятую відносно або порівняно із кон'юктурою інших галузей, із якими у даному випадку можливим і доцільним є зіставлення [9]; «поняття простої спеціальної кон'юнктури виражає перебіг сприятливих обставин функціонування та розвитку галузі, поняття диференційованої кон'юнктури характеризує відносний стан цієї галузі серед інших, воно вказує, у яких галузях є найбільш сприятливий перебіг обставин і які галузі внаслідок цього будуть найбільш потужними центрами залучення капіталу та праці, які галузі будуть накопиченням економічної потужності та багатства» [9].

Вищезазначені методологічні принципи узгоджуються із концепцією доказовості економічних досліджень. Виділяють три основні завдання вивчення кон'юнктури ринку: аналіз фактичного стану та зміни кон'юнктури; пояснення динаміки кон'юнктури з урахуванням незворотності еволюційних процесів; прогнозування кон'юнктури. За М.Д. Кондратьєвим, основним методом аналізу та прогнозування кон'юнктури є конкретно-емпіричний, у тому числі статистичний. При побудові теорії кон'юнктури важлива абстрактна побудова схеми господарства, яка рівномірно еволюціонує.

Відповідно до нашого предмета дослідження, оцінити особливості стану вітчизняного ринку продукції свинарства можна за такими параметрами:

- стан виробничого процесу в галузі свинарства та тенденції його розвитку, у тому числі продукції переробки;
- обсяг, структура, рівень та динаміка окремих індикаторів споживання продуктів забою свиней та продуктів їх промислової переробки;
- обсяги та структура розподілу доходів населення;
- обсяги та динаміка показників загальноекономічної кон'юнктури ринку продукції свинарства;
- природно-кліматичні, демографічні, соціальні, логістичні, релігійні та інші параметри.

Важливим завданням дослідження ринку продукції свинарства є встановлення параметрів досягнення балансу між виробництвом та потребами споживачів. Тобто необхідно досягти балансу попиту та пропозиції продукції свинарства згідно з основним законом ринку – відповідність попиту та пропозиції. Для формалізації даного підходу використовуємо блок-схему як концептуальну модель забезпечення збалансованості ринку продукції свинарства.

Запропонований концептуальний підхід до дослідження збалансованості ринку продукції свинарства передбачає два етапи: перший – ретроспективний аналіз збалансованості ринків за окремими видами продукції свинарства; другий – перспективний аналіз збалансованості ринку продукції свинарства.

Ці етапи є логічно взаємопов'язаними, оскільки неможливо визначити перспективи розвитку ринку продукції свинарства без його аналізу розвитку в межах визначеного ретроспективного періоду. Вищезазначені етапи передбачають поглиблене дослідження ринку продукції свинарства як на основі методів якісного аналізу, так і з використанням методів кількісного аналізу, що дає змогу розробити управлінські рішення щодо забезпечення його збалансованості.

Зазначимо, що перший етап налічує чотири блоки. Перший блок передбачає проведення аналізу стану виробництва продукції свинарства та його ресурсного потенціалу з виробництва основних видів продукції галузі. Вважаємо, що аналіз стану розвитку свинарства у країні передбачає вивчення динаміки поголів'я за статевовіковими групами тварин, структури сільськогосподарських підприємств за організаційно-правовими формами та рівнем концентрації поголів'я тварин. У дослідженні доцільно виділити такі види продукції: живі тварини – тварини на відгодівлі різних статевовікових груп, племінна продукція, продукти забою – свинина та сало, харчові та нехарчові субпродукти, шкіра.

Водночас аналіз ресурсного потенціалу передбачає розгляд його складових: трудових і земельних ресурсів, задіяних з метою виробництва кормів для галузі, основних та оборотних засобів, що використовуються при виробництві продукції. Найважливішим аспектом цього блоку є аналіз валового виробництва продукції галузі свинарства, а також в розрахунку на 1 особу.

Досить важливим аспектом є й оцінка ефективності виробництва продукції свинарства та визначення основних чинників, які впливають на її підвищення.

Другий блок – аналіз платоспроможності населення країни – передбачає розгляд чисельності та структури населення країни. З метою оцінки платоспроможності населення доцільно дослідити динаміку сукупних та грошових доходів у цілому, а також середньодушових доходів як одного з основних показників рівня життя населення. При вивченні доходів доцільно проаналізувати рівень надходження грошових доходів та структуру джерел. Однією із ключових характеристик оцінки рівня життя є прожитковий мінімум населення країни, його продовольчий кошук.

Важливим напрямом вивчення збалансованості ринку продукції свинарства є купівельна спроможність споживачів на ринку на основі аналізу динаміки прибутковості підприємств-виробників, рівня державної підтримки споживчого попиту, а також доступності кредитних ресурсів.

Третій блок – аналіз споживання продукції свинарства доцільно здійснити на основі вивчення структури грошових витрат населення, а також витрат на харчування, зокрема на придбання свинини, сала та м'ясопродуктів, виготовлених із них. При цьому слід проаналізувати динаміку обороту оптової та роздрібно-торговельної мережі та роздрібних продовольчих ринків. З метою проведення більш детального аналізу доцільно використати дані бюджетної статистики, де населення представлено домогосподарствами. Аналіз витрат передбачає його проведення не лише в цілому населенням країни, але й міського та сільського, оскільки існує значна диференціація в обсягах та структурі їх витрат. Важливе місце посідає аналіз середньодушових витрат на придбання свинини та сала, а також середньодушове споживання цих продуктів.

З урахуванням нинішніх умов важливе місце в дослідженні рівня споживання продуктів забою свиней відводиться оцінці самозабезпечення як за рахунок виробництва в особистому підсобному господарстві домогосподарства, так і за рахунок надходження через мережу родинних і дружніх взаємозв'язків.

Четвертий блок – оцінку балансу виробництва та споживання доцільно здійснити на основі аналізу обсягів ввезення продукції свинарства на внутрішній ринок, а також їх вивезення за межі країни, де слід визначити сальдо ввезення-вивезення продукції галузі. Основним питанням при оцінці балансу виробництва та споживання свинини є розрахунок інтегральних оцінок середньодушового виробництва і споживання, а цільовими показниками тут виступають раціональні норми споживання. Одержані інтегральні оцінки відображають рівні виробництва і споживання, на основі яких можна провести оцінку балансу їх виробництва та споживання, що склався упродовж досліджуваного періоду.

На другому етапі алгоритму дослідження збалансованості ринку продукції свинарства доцільно здійснити прогностичні розрахунки. На першому рівні необхідно спрогнозувати виробництво продукції галузі. Вважаємо, що найбільш оптимальними моделями для даного прогнозу є лінійні трендові та авторегресійні моделі, надійність яких можна оцінити за критерієм Фішера.

На другому рівні доцільно спрогнозувати попит, тобто середньодушовий платоспроможний попит населення на продукцію досліджуваної галузі. У першу чергу при аналізі даних ретроспективного періоду про середньодушовий дохід населення, середньодушове споживання цих видів продукції треба побудувати функції споживчого попиту. Для цього можна скористатися так званою функцією Слуцького, що має степеневу мультиплікативну залежність попиту на продукцію від доходу і цін і є достатньо простою у використанні. За одержаними коефіцієнтами еластичності можливо виявити міру чутливості попиту на основні види продукції свинарства від зміни цін і доходу. З метою розробки прогнозу попиту першочергово слід спрогнозувати середньодушовий дохід споживачів та ціни на основі адекватних моделей прогнозування, якими є лінійні авторегресійні моделі з надійністю понад 95 %.

Третій рівень – забезпечення збалансованості попиту та пропозиції доцільно забезпечити на основі визначення балансу між прогнозованими обсягами виробництва основних видів продукції свинарства й очікуваними обсягами потреб у них, що задовольняє платоспроможний попит населення та споживачів-організацій у цих видах продукції.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, запропонований методологічний підхід до дослідження ринку продукції свинарства розглядається нами як послідовність методичних прийомів, на основі яких можливо провести ретроспективний і перспективний аналіз збалансованості досліджуваного ринку.

Бібліографічний список

1. Кохановский В. П. *Философия и методология науки: учеб. для высших учебных заведений* / В. П. Кохановский. – Ростов н/Д. : Феникс, 1999. – 576 с.
2. *Методологія наукових досліджень з державного управління: хрестоматія / упоряд.: С.В. Загороднюк, О. Л. Євмешкіна, В. В. Лещенко; за заг. ред. д-ра політ. наук К. О. Ващенко.* – К. : НАДУ, 2014. – 180 с.
3. Шейко В.М. *Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник* / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. – 6-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 310 с.
4. Мочерний С. В. *Методологія економічного дослідження: моногр.* / С. В. Мочерний. – Львів: Світ, 2001. – 416 с.
5. Новиков А. М. *Методология: словарь системы основных понятий* / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М.: Либроком, 2013. – 208 с.
6. Добронравова І. С. *Філософія та методологія науки: підручник* / І. С. Добронравова, Л. І. Сидоренко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 223 с.
7. Ібатуллін М. І. *Теоретичні засади функціонування ринку продукції свинарства в Україні* / М. І. Ібатуллін // *Сталий розвиток економіки.* – 2016. – № 2[31]. – С. 14–19.
8. Кондратьев Н. Д. *Суздальские письма* / Н. Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 2004. – 879 с.
9. Кондратьев Н. Д. *Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения* : Сб. науч. тр. – М. : Экономика, 2002. – 768 с.

References

1. Kokhanovskiy, V.P. (1999), *Filosofiya i metodologiya nauki* [Philosophy and methodology of science], high school textbook, Feniks, Rostov n/D., Russia, 576 p.
2. Zahorodniuk, S.V., Yevmieshkina, O.L., Leshchenko, V.V., and Vashchenko, K.O. (2014), *Metodolohiia naukovykh doslidzhen z derzhavnoho upravlinnia* [Scientific Research Methodology in Public Administration], NADU, Kyiv, Ukraine, 180 p.
3. Sheiko, V.M. and Kushnarenko, N.M. (2008), *Orhanizatsiia ta metodyka naukovo-doslidnytskoi diialnosti* [The organization and methods of scientific and research activities], textbook, 6th publishing, corrections and additions, Znannia, Kyiv, Ukraine, 310 p.
4. Mochernyi, S.V. (2001), *Metodolohiia ekonomichnoho doslidzhennia* [The methodology of economic research], monograph, Svit, Lviv, Ukraine, 416 p.
5. Novikov, A.M. and Novikov, D.A. (2013), *Metodologiya: slovar sistemy osnovnykh ponyatii* [Methodology: the dictionary of the system of basic concepts], Librokom, Moscow, Russia, 208 p.
6. Dobronravova, I.S. and Sydorenko, L.I. (2008), *Filosofiiia ta metodolohiia nauky* [Philosophy and methodology of science], textbook, Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiyi universytet», Kyiv, Ukraine, 223 p.
7. Ibatullin, M.I. (2016), "Theoretical basis for market functioning of pig production in Ukraine", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 2[31], pp. 14–19.
8. Kondratyev, N.D. (2004), *Suzdalskiye pisma* [Suzdal Letters], Ekonomika, Moscow, Russia, 879 p.
9. Kondratyev, N.D. (2002), *Bolshiyе tsikly koyunktury i teoriya predvideniya* [Large cycles of conjuncture and theory of foresight], selected works, Ekonomika, Moscow, Russia, 768 p.

Ібатуллін М.І. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Мета. Розробка методологічних положень щодо розвитку та функціонування ринку продукції свинарства в Україні.

Методика дослідження. В процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи і методичні підходи, зокрема: монографічний, статистичних групувань, порівняння, абстрактно-логічний – при обґрунтуванні методології дослідження ринку продукції свинарства та при розробці концептуального підходу до поетапного дослідження поставленої проблеми.

Результати. Запропоновано концептуальний підхід до поетапного дослідження ринку продукції свинарства: перший етап – проведення ретроспективного аналізу збалансованості ринків по окремих видах продукції свинарства; другий етап – розробка прогнозу збалансованості ринку продукції свинарства. Зазначені етапи передбачають глибоке дослідження ринку продукції свинарства як на основі методів якісного аналізу, так і за використанням методів кількісного аналізу, що дає змогу розробити дієві інструменти економічного регулювання щодо забезпечення його збалансованості.

Наукова новизна. Доведено, що методологія дослідження ринку продукції свинарства є складною сукупністю, принципів, норм, цінностей, парадигм, теорій і методів, яка повинна реалізувати три взаємопов'язані функції. Перша із них передбачає одержання, створення нового знання, яке реалізується на основі загальнонаукових методів та загальнофілософських форм і принципів пізнання; друга – полягає у структуруванні

нового знання у вигляді нових понять, категорій, теоретичних ідей, гіпотез, теорій; третя функція передбачає організацію використання одержаних знань у суспільному житті та практичній діяльності.

Практична значущість. Отримані результати дослідження можуть бути використані при обґрунтуванні стратегії інноваційного розвитку галузі свинарства. Вони сприятимуть збалансованості і забезпеченню сталого розвитку галузі в спеціалізованих свинарських господарствах.

Ключові слова: ринок, свинарство, методологія, попит, пропозиція, ціна.

Ibatullin M.I. METHODOLOGICAL PRINCIPLES FOR THE RESEARCH OF THE MARKET OF PIG PRODUCTS

Purpose. The aim of the article is the development of theoretical, methodological provisions on the development and functioning of the pig market in Ukraine.

Methodology of research. General scientific and special methods and methodical approaches are used in the course of the research, in particular: monographic, statistical groupings, comparisons, abstract and logical – in substantiation of the methodology of the research of the market of pig products and in developing a conceptual approach to the step-by-step research of the problem.

Findings. The conceptual approach to the step-by-step research of the market of pig products is proposed: the first stage – carrying out a retrospective analysis of the market equilibrium for certain types of pig products; the second stage is the development of a forecast of the equilibrium of the pig market. The mentioned stages provide for a deep study of the market of pig products based on methods of qualitative analysis, and with the use of quantitative analysis methods, which enables to develop effective instruments of economic regulation to ensure its balance.

Originality. It is proved that the methodology of research on the market for pig products is a complex set of principles, norms, values, paradigms, theories and methods that must realize three interrelated functions. The first of them provides for the acquisition, creation of new knowledge, which is realized on the basis of general scientific methods and general philosophical forms and principles of cognition; the second is to structure new knowledge in the form of new concepts, categories, theoretical ideas, hypotheses, theories; the third function provides organizing the use of the acquired knowledge in public life and practical activity.

Practical value. The obtained research results can be used to substantiate the strategy of innovative development of the pig breeding industry. They will promote the balance and ensure the sustainable development of the industry in specialized pig farms.

Key words: market, swine breeding, methodology, demand, supply, price.

Ибатуллин М.И. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ПРОДУКЦИИ СВИНОВОДСТВА

Цель. Разработка методологических положений относительно развития и функционирования рынка продукции свиноводства в Украине.

Методика исследования. В процессе исследования использованы общенаучные и специальные методы и методические подходы, в частности: монографический, статистических группировок, сравнения, абстрактно-логический – при обосновании методологии исследования рынка продукции свиноводства и при разработке концептуального подхода к поэтапному исследованию поставленной проблемы.

Результаты. Предложен концептуальный подход к поэтапному исследованию рынка продукции свиноводства: первый этап - проведение ретроспективного анализа сбалансированности рынков по отдельным видам продукции свиноводства; второй этап - разработка прогноза сбалансированности рынка продукции свиноводства. Указанные этапы предусматривают глубокое исследование рынка продукции свиноводства как на основе методов анализа, так и с использованием методов количественного анализа, что позволяет разработать действенные инструменты экономического регулирования по обеспечению его сбалансированности.

Научная новизна. Доказано, что методология исследования рынка продукции свиноводства является сложной совокупностью, принципов, норм, ценностей, парадигм, теорий и методов, которая должна реализовать три взаимосвязанные функции. Первая из них предусматривает получение, создание нового знания, которое реализуется на основе общенаучных методов и общеполитических форм и принципов познания; вторая - заключается в структурировании нового знания в виде новых понятий, категорий, теоретических идей, гипотез, теорий; функция предусматривает организацию использования полученных знаний в общественной жизни и практической деятельности.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования могут быть использованы при обосновании стратегии инновационного развития отрасли свиноводства. Они будут способствовать сбалансированности и обеспечению устойчивого развития отрасли в специализированных свиноводческих хозяйствах.

Ключевые слова: рынок, свиноводство, методология, спрос, предложение, цена.