

УДК 338.439.5:636.22/28

М. В. Місюк,
доктор економічних наук, професор,
декан економічного факультету,
М. В. Заходим,
кандидат економічних наук, доцент,
Подільський державний аграрно-технічний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Методологічні аспекти формування і функціонування ринку продукції тваринництва необхідно розглядати як систему, що об'єднує взаємодію виробників продовольчої безпеки, гарантованого доступу населення до м'ясо-молочної продукції в достатній кількості та якості, необхідної для забезпечення здоров'я нації.

Лише за умови методологічного забезпечення наукове дослідження може мати об'єктивний характер і досягти певного результату. Дослідження ринку продукції тваринництва базується на методології як єдиній цілісній взаємодії логіки, принципів і методів, що у сукупності є логічно завершеною системою дослідження об'єкта, починаючи від поставленої мети, завдань, і, закінчуючи одержанням конкретних результатів теоретичного та прикладного характеру. З точки зору науки, методологія є складним та багатоступеневим утворенням, що охоплює ряд методів пізнавальних процедур та операцій за допомогою яких можна дати глибоку та всебічну характеристику досліджуваного явища чи процесу.

Основою як методологічного та теоретичного дослідження стали діалектичний метод пізнання, економічна теорія, що базується на фундаментальних положеннях об'єктивних економічних законів, концепція розвитку агропромислового комплексу і аграрного ринку України, наукові розробки вітчизняних вчених з питань формування продовольчого ринку.

Ключові слова: *методи, методологія, м'ясо, молоко, продовольчий ринок, продукція тваринництва.*

RESEARCH METHODOLOGY OF ANIMAL PRODUCTION'S MARKET'S FORMATION AND DEVELOPMENT

The methodological aspects of the market formation and functioning for livestock products should be viewed as a system combining the producers' interaction of agricultural products and market institutions with the goal of ensuring food security, guaranteed access of population to meat and dairy products in sufficient quantity and quality necessary for the nation health.

Only if the methodological support is provided, scientific research can have an objective character and achieve a certain result. The research of the market of livestock products is based on the methodology as a single, logic integrated interaction, principles and methods, which together constitute a logically completed system for the object study, starting from the

goal, arising from this task and ending with obtaining concrete theoretical and applied results. From the science point of view, the methodology is a complex and multistage education, encompasses a number of methods of cognitive procedures and operations by means of which it is possible to give a deep and comprehensive characterization of the phenomenon or process being studied.

The basis of both methodological and theoretical research was the dialectical method of cognition, an economic theory based on the fundamental provisions of objective economic laws, the development concept of the agro-industrial complex and the agrarian market of Ukraine, scientific developments of domestic scientists on the food market formation.

Key words: methods, methodology, meat, milk, food market, livestock production

Постановка проблеми. Забезпечення населення України продукцією тваринництва та розширення потенційної і реальної ємності ринку даної продукції вимагає розробки і застосування методологічних підходів до визначення факторів формування ємності ринку. Концепція розбудови ринку продукції тваринництва ґрунтується на методах наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, логічного та еволюційного підходів до пізнання економічних явищ і процесів.

Методологічні основи стійкого розвитку економіки дозволяють виділити продовольчий ринок як самостійний об'єкт дослідження, обґрунтувати необхідність розробки організаційно-економічних засад його розвитку за сучасних умов, який віддзеркалює у загальному кругообігу виробництво, розподіл, обмін і споживання. Ринок продукції тваринництва є складовою частиною продовольчого ринку як сукупності соціально-економічних відносин, що виникають у процесі виробництва, переробки, збуту і споживання продукції галузі тваринництва. Таким чином, ринок продукції тваринництва функціонує як інтегрована підсистема, яка має свої особливості, єдність мети, тісні виробничо-технологічні зв'язки, організаційно-економічні взаємовідносини, спрямовані на поліпшення соціальних умов суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та методологічним аспектам формування та розвитку ринку продукції тваринництва значну увагу приділили у своїх наукових працях такі науковці як В.Г. Андрійчук, В.Я. Амбросов, О.В. Березін,

П.С. Березівський, В.І. Бойко, О.І. Бойчук, В.Л. Валентинов, П.І. Гайдучський, В.Н. Зимовець, М.В. Зубець, М.В. Калінчик, М.П. Коржинський, П.К. Канінський, О.В. Крисальний, М.Ф. Кропивко, Ю.Я. Лузан, М.Й. Малік, П.М. Макаренко, В.Я. Месель-Веселяк, Т.Л. Мостенська, П.Т. Саблук, М.П. Сахацький, В.І. Топіха, І.Н. Топіха, В.Г. Ткаченко, В.М. Трегобчук, М.Й. Хорунжий, І.І. Червен, О.В. Шкільов, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин та ін.

Наукові праці цих учених відіграють дуже важливу роль у розробці теоретико-методологічних і прикладних проблем становлення ринку продукції тваринництва, але проблеми набувають нових рис і потребують вирішення, адже від стану розвитку продуктового підкомплексу в нових умовах господарювання залежить надійне забезпечення населення країни продукцією тваринництва.

Метою статті є дослідження методологічних аспектів формування та розвитку ринку продукції тваринництва.

Результати дослідження. Формування концепції розбудови ринку продукції тваринництва ґрунтується на методах наукової абстракції, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, логічного та еволюційного підходів до пізнання економічних явищ і процесів. На першому етапі дослідження необхідно використовувати індуктивний метод, яким передбачається збирання, систематизація та узагальнення достовірних фактів, пов'язаних з практикою і причетних до дослідження ринку продукції тваринництва. Наступною стадією індуктивного методу є виведення з них економічних принципів, теорій, узагальнень.

Другий етап полягає у використанні дедуктивного методу, коли вирішення проблеми починається не зі збирання фактів, а з теоретичного абстрактного осмислення її, спираючись при цьому на логіку мислення, інтуїцію, випадкові спостереження. Звідси індуктивний та дедуктивний методи по своїй цінності доповнюють один одного, а результати їх

застосування – економічні принципи та узагальнення, теорії, методики, рекомендації можуть бути використані для формування стратегії розвитку ринку м'ясомолочної продукції.

Крім загальних методів пізнання індукції і дедукції в процесі досліджень для забезпечення системного підходу до об'єктів дослідження використовуються специфічні методи і прийоми дослідження, такі як монографічний, аналізу і синтезу, економіко-статистичний, кореляційно-регресійний, балансовий, нормативний, абстрактно-логічний, економіко-математичний, розрахунково-конструктивний. В основу дослідження ринку продукції тваринництва покладено принцип нерозривності (взаємозв'язку) єдиного (цілісного) фінансово-економічного простору при здійсненні формування і розвитку економіки. Тому даний принцип означає, що при формуванні концепції стійкого розвитку м'ясо-молочного ринку необхідно виходити з того факту, що неможливо системно і комплексно стабілізувати даний ринок без аналогічної (системної та комплексної) стабілізації економіки країни, без узгодження цих процесів.

Одним із напрямів наукового дослідження є системний підхід, що передбачає: по-перше, розгляд об'єкта дослідження як ієрархічної системи, тобто як певної сукупності взаємозалежних і взаємодіючих елементів; по-друге, визначення складу, структури та організації елементів системи, виявлення головних зв'язків між ними; по-третє, виявлення зовнішніх зв'язків системи, її функцій і ролі серед інших систем. Ринок, як економічна система, що має мету, набір ресурсів, пов'язана із зовнішнім середовищем і відрізняється яскраво вираженою ієрархічною структурою, розглядається нами як суб'єкт економіки. Системний підхід виходить із дослідження явища як частини цілого, з урахуванням того середовища у якому воно функціонує.

Стосовно розвитку ринку продукції тваринництва як суб'єкта економіки використання даного підходу означає необхідність його

дослідження, з одного боку, як цілісної сукупності утворюючих його елементів, а з іншого боку, як частини складового елемента системи більш високого порядку, тобто продовольчого ринку. В даному випадку ринок продукції тваринництва розглядається як система, що складається з певної сукупності елементів. У зв'язку з цим сутнісні основи стійкості розвитку ринку продукції тваринництва як суб'єкта економіки правомірно визначати на базі аналізу його основних структурних елементів, що його створюють – сільськогосподарських підприємств, господарств населення, переробних підприємств, фізичних осіб, використовуючи для цього метод структурного аналізу. В такому випадку вдається виявляти зародження первинних економічних відносин, що закладають основи стійкого функціонування економічної системи, побудувати його логічну схему.

Дослідження велося за логічною схемою: минуле – сучасне – майбутнє. Методом аналізу є ринкові процеси в аграрному секторі, а завданням теорії агропродовольчих ринкових структур є дослідження механізму впливу трансформаційних процесів щодо спрямування діяльності товаровиробників на задоволення попиту споживачів. Без знання розвитку продуктових ринків в економічно розвинутих країнах, історії економічного розвитку та сучасної економічної дійсності в Україні неможливо сформулювати жодної концепції, побудувати науково обгрунтовану систему.

У процесі дослідження ринкових трансформацій та аналізу аграрного сектору, процесів формування ринку продукції тваринництва, економічної дійсності використовується кількісний підхід, сутність якого полягає в переході від якісних оцінок до кількісних за допомогою розрахунків, економіко-математичних і статистичних методів дослідження, експертних оцінок. Кількісний підхід до дослідження розвитку м'ясо-молочного ринку реалізується шляхом встановлення залежностей між техніко-організаційними та соціально-економічними показниками, використання

механізмів дії законів попиту та пропозиції, законів масштабу та економії часу, законів спадної віддачі та граничної корисності, закону взаємозв'язків витрат у сферах виробництва і споживання. В рамках цих завдань досліджуються чинники, що призводять до порушення ринкових процесів і методів їх регулювання з метою забезпечення результативності економіки. На думку Т.О. Осташко «... відмінність методів теорії галузевих ринкових структур від методів мікроекономічної теорії полягає, з одного боку, у більшій широті охоплення ринкових процесів, а з іншого – у більшій конкретизації інституційних деталей» [1]. Ми погоджуємося, що такий методологічний підхід забезпечує суттєві переваги при здійсненні аналізу м'ясо-молочного ринку, зважаючи на те, що його інституційна структура остаточно ще не сформована.

Важливим аспектом аналізу та визначення основних напрямів стійкого розвитку галузі тваринництва взагалі та становлення і ефективного функціонування ринку її продукції, зокрема, є дослідження процесів, що визначають його стан. Ознакою, характерною для ринку, є його недосконалість у результаті нерегульованої складної взаємодії формальних і неформальних інститутів і саме впливом останніх пояснюється нестійкий і неефективний характер розвитку ринку. При цьому застосовується інституціональний підхід, заснований на виявленні родових ознак якісних характеристик і функцій структурних елементів економічної системи. При обґрунтуванні даного підходу до аналізу галузевих ринків, зокрема продукції галузі тваринництва, необхідно посилатися на теоретичні розробки засновників і послідовників теорії інституціоналізму – Дугласа Норта, Олівера Уільямсона, Рональда Коуза та ін. [2, 3, 4]. Моделі діагностики галузевих ринків досліджують результативність окремих галузей та ринків залежно від поведінки продавців і покупців, яка в свою чергу залежить від структури ринку. У рамках теорії структури галузевих ринків такий підхід отримав назву

парадигми «структура → поведінка → результативність», за якою ми проведемо дослідження ринку продукції тваринництва (рис. 1).

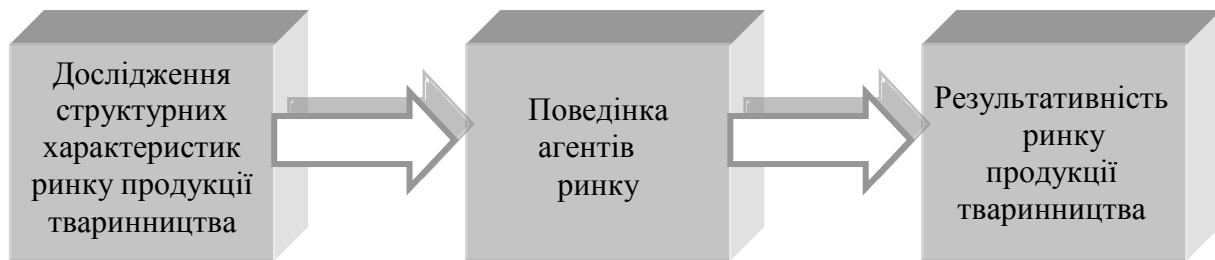


Рис. 1. Схема парадигми аналізу ринку продукції тваринництва

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [5]

Аналіз інституціональних аспектів ринку продукції тваринництва дасть можливість пояснити з точки зору економічної теорії цілу низку явищ, що супроводжували формування цього ринку і впливають на ефективність його розвитку в умовах ринкових відносин. Тому інституціональний підхід вважається найбільш вдалим для оцінки ефективності ринків, їх структурних елементів і структурних змін. Керуючись даною теорією, ефективний ринок передбачає розвинену систему інститутів, як формальну так і неформальну, що передбачає низькі витрати на трансакції на рівні індивідуальних контрактів. На високу вартість трансакцій у перехідний період, вважають вітчизняні вчені, в Україні суттєво вплинули неформальні чинники, серед яких, чи не найбільшим, є внесок невизначеності майбутнього, що деформувало мотиви і поведінку учасників ринку [6].

Відсутність комплексної урядової програми, невизначеності послідовної державної аграрної політики щодо реформування аграрного сектора і формування прозорого продовольчого ринку стало першопричиною високої вартості ринкових трансакцій, які на етапі становлення ринкових інститутів самі перебувають на стадії формування і не можуть забезпечити ефективність ринків. Таким чином, нестабільність інституційного середовища зумовлює неефективність ринків.

Висока вартість трансакційних витрат на ринку продукції тваринництва зумовлює орієнтацію агентів ринку на короткострокові цілі і адаптацію до неефективної інституційної системи замість виваженої довгострокової стратегії розвитку, а також формування нових ефективних інститутів. Особливо виникають певні проблеми з визначенням якісних характеристик м'ясомолочної продукції в зв'язку зі вступом України у СОТ. Така ситуація призвела до зростання трансакційних витрат, які пов'язані з адаптацією ринку молока та м'яса до вимог міжнародних стандартів.

При використанні методології аналізу галузевих ринкових структур у дослідженні процесів формування і розвитку ринку продукції тваринництва застосовується комплексний підхід, який заснований на описі в середині міжсистемних взаємодій об'єкта і надання можливості теоретичного узагальнення, технічної, технологічної, економічної, організаційної, соціальної, екологічної складових. Це дозволить обґрунтувати стратегічні напрями підвищення стійкості відтворювальних процесів і погодити концепцію стійкого розвитку м'ясо-молочної продукції на трьох рівнях, зокрема, I рівень – глобальної економічної системи, II рівень – макроекономічний (Україна), III рівень – макрорівень (суб'єкти у галузі тваринництва).

На рисунку 2 представлена схема аналізу структурних змін і результативності ринку продукції тваринництва, що конкретизує парадигму «структура → поведінка → результативність» і показує, що крім трьох основних блоків (структура, поведінка, результативність) є ще два: перший – базові умови, які визначають особливості аналізу ринку м'ясо-молочної продукції в конкретних історичних умовах; другий – державне регулювання, що впливає на базові умови, поведінку агентів, структуру і результативність.

Аналіз ринку продукції галузі тваринництва, відповідно до цієї методики, необхідно проводити у 5 етапів. Перший етап полягає в аналізі

базових умов, що створюють структуру ринку і характеризують, з однієї сторони особливості виробництва і споживання м'ясо-молочної продукції порівняно з іншими галузями, а з другої – специфіку конкретної ситуації щодо розвитку галузі тваринництва. Саме під впливом базових умов ринку зі сторони пропозиції і попиту формуються особливості структури цього ринку, які є основними складовими ринкового механізму.

Найбільш впливовими базовими умовами щодо пропозиції є: сезонне коливання надходження сировини; залежність від природно-кліматичних умов, які зумовлюють нестабільність доходів сільськогосподарських товаровиробників; низька технологічність виробництва продукції тваринництва; низька технічна оснащеність галузі.

Базовими умовами ринку, стосовно попиту, є низька еластичність попиту на м'ясо-молочну продукцію, що спричиняє низьку еластичність цін, прив'язку попиту до фізіологічних потреб населення, обмеження попиту внаслідок низької купівельної спроможності населення, вплив нестійкої кон'юнктури світових ринків. Платоспроможний попит, абсолютні та відносні показники його характеристики, абсолютні розміри доходів населення та їх динаміка, величина на одну особу, достатність для забезпечення харчування населення за науково обґрунтованими нормами, територіальна та групова диференціація є найбільш впливовим системоутворюючим елементом ринку продукції тваринництва.

Другий етап полягає в аналізі ринкових структур галузі тваринництва, визначенні масштабів і методів державного регулювання, адже від нього в значній мірі залежить результативність ринку м'ясо-молочної продукції. В системі відносин ринку є дві складові, одна з них – гарантія вільної поведінки на ринку виробників і покупців на всіх рівнях, що визначає оптимальне співвідношення попиту і пропозиції, інша – економічний механізм регулювання ринку, метою якого є орієнтація на ефективну діяльність і повне врахування інтересів всіх суб'єктів ринку.

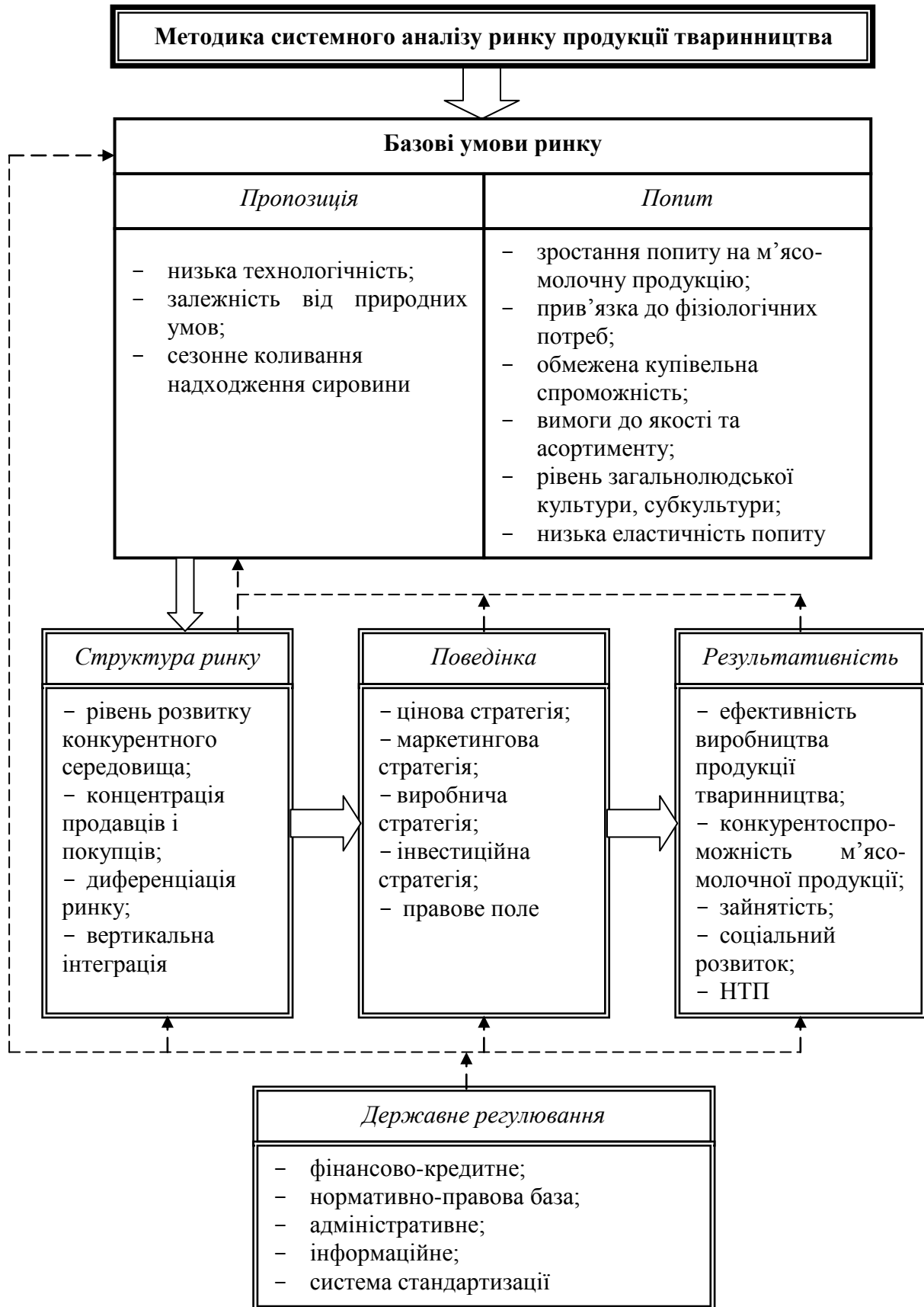


Рис. 2. Схема системного аналізу ринкових структур ринку продукції тваринництва

Джерело: досліджено і адаптовано на основі [5]

Основними чинниками аграрної політики України щодо державного регулювання галузі тваринництва є: структурний підхід до структуризації, податки, фінансово-кредитні ресурси, ціни, тарифи, імпорتنі квоти. Крім того, держава може бути суб'єктом ринку. При регулюванні ринку з боку держави може використовуватися два важелі – фінансово-економічний і адміністративний, який веде до неефективного розвитку ринку. Професор О. М. Могильний вважає з цього приводу, що має місце «... реальне прагнення старої системи аграрних відносин до самозбереження та існування адміністративно-командної економіки» [7].

Теперішня невизначеність аграрної політики щодо розвитку галузі тваринництва в державі вимагає глибокого аналізу державного регулювання ринкових відносин між суб'єктами ринку. Зміна методів і масштабів підтримки виробників і державного регулювання ринку продукції тваринництва очікується від плідної діяльності України у СОТ та виважених кроків щодо європейської інтеграції.

Третім етапом даної методики дослідження ринкових структур є характеристика ринку, а саме концентрація продавців і покупців, диференціація ринку, рівень конкурентного середовища, рівень вертикальної інтеграції, починаючи від виробництва молока та яловичини до роздрібною торгівлі, диверсифікація виробництва. Для адаптації методології аналізу галузевих ринкових структур до структури ринку необхідно враховувати ту особливість, що на ньому взаємодіють не лише два суб'єкти – виробники тваринницької продукції і кінцеві споживачі, а й проміжний ланцюжок між ними – тобто посередники. За умов стабільної інституційної системи посередники є професійними торговцями, що знають кон'юнктуру ринку, мають налагоджені зв'язки з покупцями і своїми діями знижують ризики, пов'язані зі специфікою м'ясо-молочної продукції, сприяють зростанню ефективності ринку. Однак, на початковому етапі формування ринку, посередники зробили негативний

внесок у поглиблення аграрної кризи, «петля» якої досі не розірвана. Це призвело до скорочення чисельності посередників на цьому ринку і сприяло утворенню вертикально інтегрованих структур, які ущемляють інтереси сільськогосподарських товаровиробників. Аналіз диференціації ринку м'ясо-молочної продукції має також свою специфіку, яка полягає в тому, що поряд із диференціацією продукції досліджується інституційна диференціація. Вона включає інфраструктуру ринку, просторову диференціацію, що досліджує регіональні, національні і зовнішні ринки та часову диференціацію, тобто розвиток ринкових структур у часі.

Четвертим етапом у базовій парадигмі «структура → поведінка → результативність» є поведінка суб'єктів ринку, тобто необхідно здійснити аналіз правового поля, в якому діють суб'єкти ринку, оцінити цінову, маркетингову, виробничу та інвестиційну стратегії, проаналізувавши поведінку інших суб'єктів ринку – держави, споживачів, посередників. Поведінка агентів ринку, як правило, в значній мірі залежить від цінової стратегії, що прямо чи побічно стосується цін і ціноутворення на сільськогосподарську продукцію і продовольство. Для того, щоб проводити дослідження питань ціноутворення на ринку, важливо здійснити аналіз коливань і співвідношень цін. Основними напрямками цього аналізу є: 1) варіація цін при купівлі продукції різними соціально-економічними категоріями (квінтільними групами); 2) розбіжність цін на окремих субринках (державному, кооперативному, приватному); 3) оцінка різних цін для одного виду продукції, або товарної групи; 4) варіація цін в регіонах, зонах; 5) варіація цін в часі.

Співвідношення цін (P) та аналіз коливань спирається на розмах варіації:

$$\Delta P = P_{max} \rightarrow P_{min} \quad (1),$$

що характеризує розрив між мінімальними та максимальними цінами на товар і свідчить про диференціацію рівня споживання населення.

Суб'єкти ринку, відповідно до критеріїв ринкової економіки,

наділені правом самостійного визначення ціни на власну продукцію, а також правом на її визначення на засадах домовленості зі споживачами при укладанні між ними угод купівлі-продажу. А це, в свою чергу, веде до виникнення цінової конкуренції між виробниками. Тому кожен з них прагне продати свій товар, а також не тільки зберегти, але й розширити свою нішу на ринку для зміцнення на ньому своїх позицій. Досягають цього ті виробники, які виробляють продукцію з високою ціновою конкурентоспроможністю, під якою розуміють ступінь можливого зниження товаровиробником ціни на свій товар порівняно з ринковою ціною, за якою забезпечується беззбитковість його виробництва.

На цьому етапі дослідження важливо здійснити оцінку і аналіз цінової конкурентоспроможності окремих видів продукції, використавши існуючі методичні підходи щодо визначення ціни пропозиції на продукцію вищої якості та на продукцію, що реалізується у вигідні для споживача строки. Вищу цінову конкурентоспроможність мають товаровиробники, які економічно спроможні продавати свою продукцію за цінами конкурентів і одержати при цьому прибуток. Цінову конкурентоспроможність тваринницької продукції потрібно розглядати в тісному зв'язку з її конкурентоспроможністю за якістю (особливо в контексті приєднання України до СОТ). Підвищення якості продукції вимагає додаткових витрат (матеріально-грошових, інтелектуальної праці), що призводить до подорожчання продукції і тому в цій ситуації важливо знати, за якою підвищеною ціною економічно стає виправданим продавати більш дорогу, але якіснішу продукцію з тим, щоб зберегти досягнутий рівень її цінової конкурентоспроможності. Для цього можна скористатися методикою, запропонованою В. Г. Андрійчуком [8]:

$$P_{по} = \frac{Ц_x - C_1}{Ц_x} \quad (2)$$

де $P_{по}$ – рентабельність продажу, що досягнута у базовому році

(коефіцієнт); C_x – пошукова мінімально підвищена ціна, за якої реалізація виробленої більш якісної продукції зі зрослою собівартістю забезпечує досягнуту в базовому році рентабельність продажу (цінова конкурентоспроможність); C_1 – собівартість продукції вищої якості.

Здійснивши певні математичні перетворення отримуємо формулу, за якою визначивши рівень підвищення ціни, можна на основі аналізу кон'юнктури ринку передбачити можливість продажу якіснішої продукції за такою або ж вищою ціною.

$$C_x = \frac{C_1}{1 - P_{оп}} \quad (3)$$

За тієї умови, коли дійдемо висновку про реальність зазначеного продажу, тоді можна приймати рішення про здійснення додаткових витрат на поліпшення якості продукції.

Забезпечення здорового способу харчування (на що в значній мірі впливає м'ясо-молочна продукція), забезпечення зростаючого попиту на ринках безпосередньо пов'язане із високоякісною продукцією тваринництва.

На останньому, п'ятому, етапі досліджується результативність ринку, в основі якого покладена оцінка не тільки ефективності виробництва, але й забезпечення зайнятості і соціальної справедливості. Досліджуються також цінові параметри та рівень задоволення попиту на внутрішньому ринку продукції тваринництва.

Конкретну економічну ситуацію (кон'юнктуру), яка склалася на ринку продукції тваринництва на конкретний момент часу, можна оцінити за допомогою системи показників, які характеризують ті, чи інші сторони розвитку (табл. 1).

Заключний методологічний аспект дослідження передбачає обґрунтування стратегічної програми розвитку ринку продукції тваринництва, спрямованої на виробництво високоякісної і

конкурентоспроможної м'ясо-молочної продукції та забезпечення нею населення відповідно до науково обґрунтованих норм, створення потужних експортних ресурсів, що сприятиме зміцненню економіки країни.

Таблиця 1

**Система показників економічної ситуації (кон'юнктури) ринку
продукції тваринництва**

	Показники
Попит	<ul style="list-style-type: none"> - попит за ступенем задоволення, формами виникнення, станом ринку і місцем покупки; - місткість ринку засобів виробництва, предметів споживання, послуг
Пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> - виробничий і сировинний потенціал пропозиції; - обсяг, структура та динаміка пропозиції; - еластичність пропозиції
Тенденції розвитку ринку	<ul style="list-style-type: none"> - темпи зростання продажу; - темпи зростання цін; - темпи зростання товарних запасів
Регіональні особливості	<ul style="list-style-type: none"> - регіональна варіація співвідношення попиту та пропозиції; - регіональна варіація темпів динаміки основних параметрів розвитку ринку; - регіональна варіація рівня споживання (на одну особу)
Пропорційність ринку	<ul style="list-style-type: none"> - регіональна структура ринку; - співвідношення попиту і пропозиції; - співвідношення ринків засобів виробництва та предметів споживання; - структура продавців; - структура покупців
Коливання, циклічність	<ul style="list-style-type: none"> - сезонні коливання розвитку ринку; - коефіцієнт варіації продажу, цін
Масштаб ринку	<ul style="list-style-type: none"> - загальний обсяг реалізації продукції; - частка малих, середніх, великих сільськогосподарських товаровиробників
Ризики	<ul style="list-style-type: none"> - ризик прийняття маркетингових рішень; - інвестиційний ризик

Джерело: адаптовано на основі джерела [5]

Висновки. Таким чином, підсумовуючи вищевказане, методологічні основи розвитку економіки дозволяють виділити ринок продукції тваринництва як самостійний об'єкт дослідження, обґрунтувати необхідність розробки організаційно-економічних засад його розвитку в

сучасних умовах, який віддзеркалює у загальному кругообігу: виробництво, розподіл, обмін і споживання.

Список використаних джерел

1. Осташко Г. Обґрунтування позицій України щодо сільського господарства у переговорах дорійського раунду СОТ / Г. Осташко // Економіст. – 2008. – № 8. – С. 399.

2. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Н. Нестеренко. – М. : Начала, 1997. – С. 17.

3. Уильямсон О.И., Гальперина В.М. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка. Т 2: Теория фирмы. – Сп. б.: Экономическая школа. – 2000. – С. 11–32.

4. Коуз Р.Г. Природа фирмы / Р.Г. Коуз // Всб. Вехи экономической мысли / Сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – Т 2: Теория фирмы. Сп. б.: Экономическая школа, 2000. – С. 11–32.

5. Дудар В.Т. Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції/ В.Т. Дудар // Вісник Тернопільського державного економічного університету. – 2006. – Вип. 2. – С. 129–136.

6. Осташко Т.О. Структурно-інституційний аналіз аграрного ринку / Т.О. Осташко – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2006. – 56 с.

7. Могильний О.М. Державне регулювання аграрного виробництва в період трансформації економіки / О.М. Могильний – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 430 с.

8. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 560 с.

9. Місюк М.В. Формування та розвиток регіонального ринку продукції скотарства: монографія / М.В. Місюк. – Херсон: Грінь Д.С., 2013. – 343 с.

10. Павловська Л.Д., Заходим М.В. Забезпечення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств: монографія / Л.Д. Павловська, М.В. Заходим. – м. Житомир: Вид-во «Полісся», 2011. – 228 с.

REFERENCES:

1. Ostashko H. (2008). Obgruntuvannia pozytsii Ukrainy shchodo silskoho hospodarstva u perehovorakh doriiskoho raundu SOT [Substantiation of Ukraine's position as for agriculture in the negotiations of the Dorian round of WTO]. Economist № 8, 399 [In Ukrainian]

2. North D. (1997). Ynstytuty, ynstytutsyonalnye izmenenia i funktsyonirovanye ekonomik / per. s anhl. [Institutions, institutional changes and the economy functioning. Trans. from engl.] A. N. Nesterenko, P. 17. M.: Nachala [in Russian]

3. Willyamson O. I., Galperina V. M. (2000). Vertykalnaia intehratsyia proizvodstva: soobrazhenia po povodu neudach rynku. [Vertical integration of production: considerations about market failures]. Is. 2: Theory of the firm, P. 11–32. Sp. L. Economic School [in Russian]

4. Kouz R. G. (2000). Priroda firmy [Nature of the firm]. Vsb. Milestones of economic thought. Comp. and Society. Ed. Galperina V. M. T 2: Theory of the firm. Sp. L. Economic School/ [in Russian]

5. Dudar V. T. (2006). Orhanizatsiino-ekonomichni zasady formuvannia ahrarnoho rynku konkurentospromozhnoi produktsii [Organizational-economic bases of formation of the agrarian market of competitive products]. Visnyk Ternopilskoho derzhavnoho ekonomichnoho universytetu. Issue. 2. P. 129–136. Ternopil [In Ukrainian].

6. Ostashko T. O. (2006). Strukturno-instytutsiinyi analiz ahrarnoho rynku [Structural and institutional analysis of the agrarian market]. In-t ekonomiky ta prohnozuvannia Institute, Kyiv [In Ukrainian].

7. Mohylnyi O. M. (2002). Derzhavne rehuliuвання ahrarnoho vyrobnytstva v period transformatsii ekonomiky [State regulation of agrarian production in the economic transformation period]. IAE UAAN, Kyiv [In Ukrainian].

8. Andriichuk V. H. (2013). Ekonomika pidpriemstv ahropromyslovoho kompleksu [Economics of agro-industrial complex enterprises]. KNEU, Kyiv [In Ukrainian].

9. Misiuk M.V. (2013). Formuvannya ta rozvytok rehionalnoho rynku produktsii skotarstva: monohrafiia [Formation and development of the regional market of cattle breeding products]. Monograph. Kherson: Grin D. S., 343 p. [In Ukrainian].

10. Pavlovskaya L.D., Zakhodym M.V. (2011). Zabezpechennia konkurentospromozhnosti produktsii molokopererobnykh pidpriemstv [Ensuring the competitiveness of dairy processing enterprises]. Monograph. Zhytomyr View of "Polissya", 228 p. [In Ukrainian].