СИСТЕМНИЙ ПІДХІД В МЕТОДОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ АГРАРНОГО РИНКУ
SYSTEM APPROACH IN METHODOLOGY RESEARCH AGRARIAN MARKET

УДК 351.824.1:639.3/5:504

Логоша Р.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту
Вінницький національний аграрний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти щодо специфіки системного підходу в методології дослідження аграрного ринку. Обґрунтовано, що методологія і системний підхід виступають як взаємодоповнюючі інструменти. Доведено корисність застосування системного підходу під час дослідження ринку.
Ключові слова: *аграрний ринок, системний підхід, системний аналіз, попит, пропозиція, структура ринку.*

В статье рассмотрены теоретические аспекты относительно специфики системного подхода в методологии исследования аграрного рынка. Обосновано, что методология и системный подход выступают как взаимодополняющие инструменты. Доказана полезность применения системного подхода при исследовании рынка.
Ключевые слова: *аграрный рынок, системный подход, системный анализ, спрос, предложение, структура рынка.*

In the article theoretical aspects are considered in relation to the specific of approach of the systems of methodology of agrarian market research. Reasonably, that methodology and approach of the systems come forward as complementary instruments. In research the utility of application of approach of the systems is well-proven at market research.
Key words: *agrarian market, approach of the systems, analysis of the systems, demand, suggestion, market structure.*

Постановка проблеми. Для ефективної реалізації управлінських функцій на всіх рівнях управління потрібна достовірна, об'єктивна, надійна інформація щодо стану і тенденцій розвитку ринку. Особливого значення в умовах соціально-економічної напруженості, високого рівня динамічності та невизначеності зовнішнього середовища набуває інформація щодо тенденцій розвитку ринків продовольчих товарів. До проблем розвитку вітчизняного аграрного сектору економіки варто віднести низьку інформованість значної частини аграрних товаровиробників про кон'юнктуру ринків, умови та специфіку ведення бізнесу в галузях сільського господарства. Виникає необхідність моніторингу і прогнозування розвитку ринків сільськогосподарської продукції. Враховуючи важливість та ключову роль ринку аграрної продукції у підвищенні рівня продовольчої безпеки на сучасному етапі, дослідження та прогнозування даного товарного ринку сприятиме визначенню основоположних засад щодо забезпечення необхідних обсягів виробництва аграрної продукції й насичення нею ринку в необхідній кількості, необхідної якості за оптимальною ціною для забезпечення їх доступності для всіх верств населення. Результати таких досліджень стають усе більше необхідними в умовах трансформаційних змін, тому розроблення системного підходу в методології дослідження аграрного ринку стає все більш актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розроблення системного підходу як загальної методології дослідження зробили такі вчені, як: В.Г. Афанасьєва, А.І. Берга, О.О. Богданова, С.А. Валуєва, С.П. Никанорова, Ф.Е. Темнікова, В.С. Тюхтіна, Ю.І. Черняка, Ю.А. Урманцева, Е.Г. Юдіна та ін. Серед зарубіжних учених, що стоять у витоків зародження і розвитку системного руху, слід відзначити Р. Акоффа, Ч. Барнарда, Д. Діксона, Р. Джонсона, Д. Кліланда, В. Кінга, Дж. Кліра, О. Ланге, Е. Ласло, Р. Розенцвейга, Ф. Емері, С. Янга та ін. Проте недостатньо дослідженими залишаються питання розвитку ідей системного підходу, його методології та використання в управлінні ринком.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення специфіки системного підходу в методології дослідження аграрного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальному вигляді дослідження ринку включає вивчення та прогнозування його кон'юнктури, розрахунок його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналіз поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища у цілому. Дослідження ринку повинне здійснюватися за принципами комплексності та системності. Дотримання цих принципів передбачає необхідність вивчення усіх явищ і процесів, що відбуваються на ринку, в усій повноті, взаємозв'язку та розвитку, а враховуючи, що ринок має складну структуру, під час маркетингового дослідження необхідно здійснювати ретельний аналіз об'єкта та предмета дослідження, виділяючи структурні складники, визначаючи ієрархічні зв'язки та взаємозалежність процесів і явищ. Зміст дослідження ринку зводиться до якісно-кількісного аналізу одного або сукупності ринків для отримання інформації щодо потенціалу, місткості, кон'юнктури ринку, стану конкурентної ситуації, цінових тенденцій. Предметом ринкового дослідження є тенденції та процеси розвитку ринку й чинники, які на нього впливають.

Важливим аргументом на користь застосування методології аналізу галузевих ринкових структур під час дослідження процесів формування і розвитку ринків є системний підхід, що забезпечує аналіз взаємозалежності між структурою і закономірностями розвитку цих ринків.

Системний підхід (англ. *Systems thinkin*g – системне мислення) – один із головних напрямів мето-

дології досліджень, який полягає у дослідженні об'єкта як цілісної множини елементів у сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд об'єкта як модель системи [1, с. 36]. В англомовній літературі це поняття холізму.

За визначенням В.Д. Бакуменка, системний підхід – це напрям методології наукового пізнання і соціальної практики, в основі кого лежить дослідження об'єктів як систем [2, с. 6].

Разом із цим системний підхід є й методом наукового дослідження. При цьому системний підхід не існує у вигляді строгої методологічної концепції. Швидше за все це свого роду сукупність пізнавальних правил, дотримання яких дає змогу певним чином зорієнтувати конкретні дослідження. Сутність системного підходу полягає в представленні об'єкта дослідження як системи, тобто цілісної сукупності взаємозв'язаних елементів.

Методологічна специфіка системного підходу полягає у тому, що метою дослідження є вивчення закономірностей і механізмів утворення складного об'єкта з певних складників. При цьому особлива увага звертається на різноманіття внутрішніх і зовнішніх зв'язків системи, на процес об'єднання основних понять в єдину теоретичну картину, що дає змогу виявити сутність цілісності системи [3, с. 11].

Основним засобом системного підходу є системний аналіз.

Термін «системний аналіз» переважно використовується для характеристики процедури проведення системного дослідження, що полягає в розчленуванні проблеми на її складники, які доступніші для вирішення, у використанні адекватних спеціальних методів для розв'язання окремих підпроблем і, зрештою, в об'єднанні часткових рішень так, щоб проблема була вирішена у цілому.

Системний аналіз – це методологія вирішення інноваційних проблем, заснована на концепції систем. Особливість системного аналізу полягає в тому, що він дає змогу розкласти складну проблему на компоненти аж до постановки конкретних завдань, для яких існують методи розв'язання, і, з іншого боку, зберігає цілісність цієї проблеми. Системний аналіз застосовується для розв'язання складних проблем, що пов'язані з діяльністю людей. Ці проблеми слабо структуровані, у них зустрічаються як кількісні, так і якісні оцінки або неструктуровані, якісні проблеми [3, с. 9].

Системний аналіз потрібно застосовувати у тих випадках, для яких він призначений: для відображення в результатах системного аналізу реального стану справ (подій, станів) та реальних шляхів розв'язання проблем, наявності ресурсів, аналізу можливого впливу сторонніх побічних факторів.

У центрі методології системного аналізу знаходиться операція кількісного порівняння альтернатив для вибору однієї, що підлягає реалізації. Щоб досягти кінцевого результату, необхідно дати кількісну оцінку якості альтернатив. Досягти цього можна, якщо враховані всі елементи – альтернативи і дано правильні оцінки кожному елементу. Звідси виникає необхідність об'єднання всіх елементів, пов'язаних із даною проблемою, у систему, яка вирішує проблему.

Для аналізу ринку переважно використовуються теорія і методологічні підходи до ринкових структур, запропоновані О.Т. Осташко [4, с. 130].

Схема аналізу структурних змін і результативності агропродовольчого ринку України, що конкретизує парадигму «структура → поведінка → результативність», представлена на рис. 1 [5, с. 35].

Із наведеного рисунку видно, що крім трьох основних блоків (структура, поведінка, результативність) є ще два: перший – базові умови, які визначають особливості аналізу агропродовольчого ринку в конкретних історичних умовах; другий – державне регулювання, що впливає на базові умови, структуру, поведінку агентів і результативність ринку.

Згідно з методикою, системний аналіз ринку аграрного слід проводити у декілька етапів.

Першим етапом такого аналізу є базові структуроутворюючі умови ринку, які характеризують, з одного боку, особливості виробництва і споживання товарів і послуг, а з іншого – специфіку конкретної ситуації щодо розвитку ринку в Україні.

Саме під впливом базових умов ринку з боку попиту і пропозиції формуються особливості структури цього ринку, які є головними складниками ринкового механізму.

Стосовно пропозиції найбільш впливові базові умови ринку включають особливості виробництва товарів і послуг, які зумовлюють нестабільність доходів товаровиробників. Окрім цього, для України специфічними базовими умовами ринкових структур є інституційна незавершеність, значна розпорошеність виробництва, низька технічна база товаровиробників і застарілі технології.

Стосовно попиту базовими умовами ринку є часті зміни еластичності попиту на товари і послуги, що спричиняє еластичність цін, прив'язка попиту до фізіологічних потреб населення, обмеження попиту внаслідок низької купівельної спроможності населення, вплив нестійкої кон'юнктури світових ринків та ін.

Найбільш впливовими системоутворюючими елементами ринку виступають платоспроможний попит, абсолютні та відносні його характеристики: розміри доходів населення та їх динаміка, величина на одну особу, територіальна та групова диференціація та ін.

Другим етапом під час аналізу ринкових структур є визначення масштабів і методів їх державного регулювання, адже від нього значною мірою залежить результативність ринку. У системі відно-

син ринку виділяють два складника. Один із них – гарантія вільної поведінки на ринку виробників, а також покупців на всіх рівнях, що визначає оптимальне співвідношення попиту і пропозиції. Другий – економічний механізм регулювання ринку, метою якого є орієнтація на ефективну діяльність і повне врахування інтересів усіх суб'єктів ринку.

Вплив державної політики на ринкові структури може здійснюватися за рахунок інвестицій, цін, обсягів виробництва продукції за допомогою податків, субсидій, тарифів, імпортних квот, антимонопольної політики тощо. Держава може бути досить надійним суб'єктом ринку внаслідок застосування заставних закупівель або інтервенції на ньому. Нині

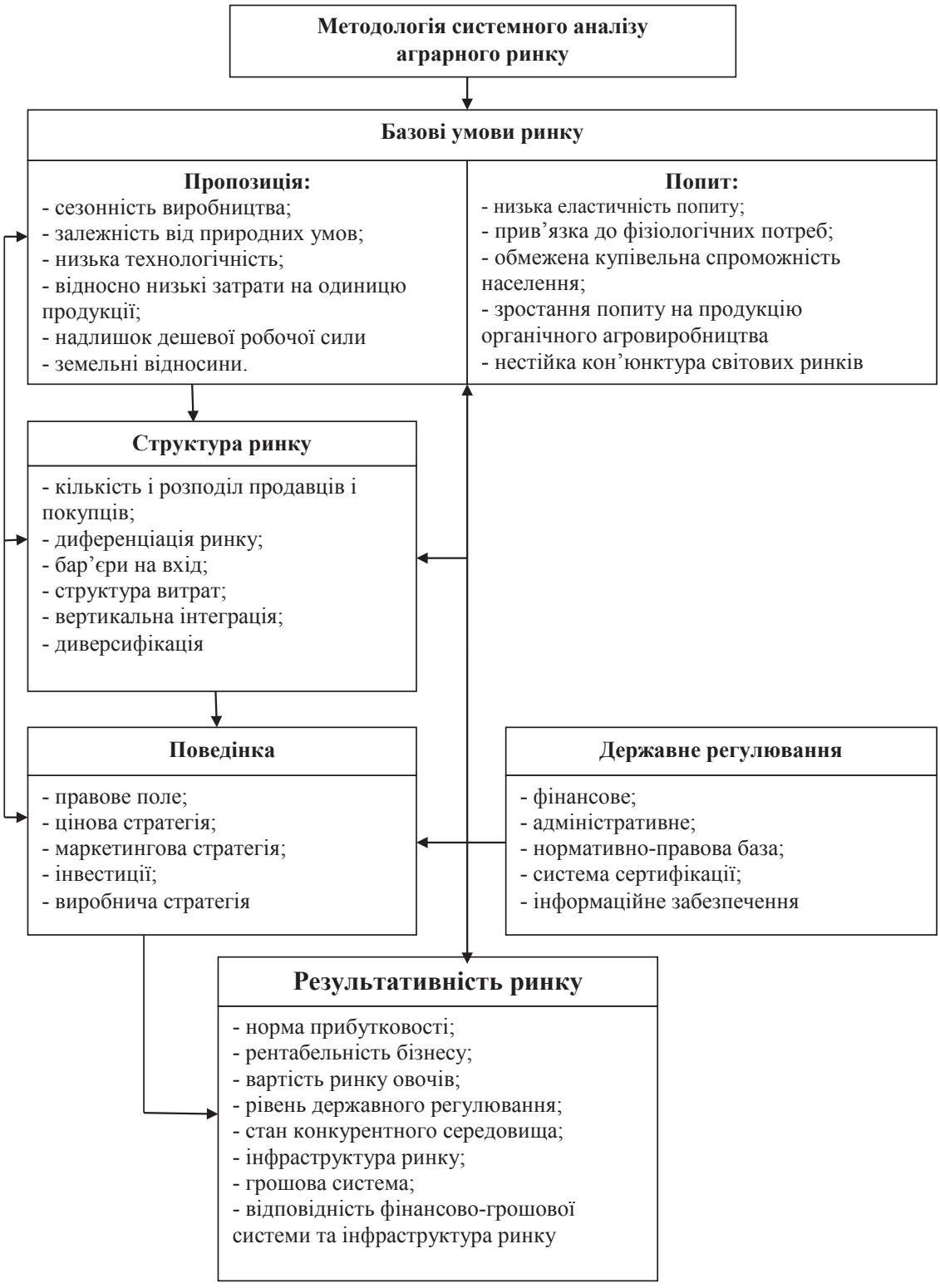

Рис. 1. Схема системного аналізу структури аграрного ринку

Джерело: складено за [5, с. 35]

для підтримки товаровиробників і регулювання ринків держава використовує такі інструменти, як цінова політика, податкова політика, бюджетна підтримка, надання пільгових кредитів.

Під час регулювання ринків переважно використовуються два важелі: фінансово-економічний і адміністративний. Проте від останнього аграрна політика в Україні все ще не може відійти під час формування агропродовольчих ринків, що веде до його неефективного розвитку. Наявна невизначеність аграрної політики в державі вимагає глибокого аналізу державного регулювання ринкових відносин між суб'єктами ринку.

Суттєві зміни методів і масштабів підтримки виробників і державного регулювання ринку очікуються від плідної діяльності України у СОТ та виважених кроків щодо європейської інтеграції.

Третім етапом методики аналізу ринкових структур є дослідження структурних характеристик ринку, а саме: кількісних характеристик продавців і покупців; диференціації ринку; бар'єрів на вхід; структури витрат; рівня вертикальної інтеграції – від виробництва до роздрібної торгівлі; диверсифікації виробництва.

Характерною особливістю, яку необхідно враховувати під час адаптації методології аналізу ринкових структур до структури ринку, є те, що на ньому взаємодіють не лише два суб'єкти – виробники продукції і кінцеві споживачі, – а й проміжний ланцюжок між ними, так звані посередники. Ф. Котлер визначає посередників як проміжних продавців, що являють собою «сукупність осіб і організацій», що придбають товари для перепродажу або передачі їх в оренду іншим споживачам із вигодою для себе [6]. В умовах 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 з продажем продукції, сприяють ефективності ринку. Проте посередницькі структури на початковому етапі формування ринку в Україні зробили негативний внесок у поглиблення кризи, наслідки якої так остаточно й не усунено. Це призвело до скорочення чисельності посередників на цьому ринку і сприяло утворенню вертикально інтегрованих структур, які пригнічують інтереси товаровиробників.

Аналіз диференціації ринку також має свою специфіку, яка полягає у тому, що поряд із диференціацією продукції, що досліджує конкурентність ринку, досліджується інституційна диференціація. Вона включає інфраструктуру ринку, просторову диференціацію, що досліджує регіональні, національні і зовнішні ринки, і часову диференціацію, тобто розвиток ринкових структур у часі [5, с. 36].

Наступним, четвертим, етапом є поведінка суб'єктів ринку, аналіз правового поля, в якому діють суб'єкти ринку, оцінка якості підприємницького середовища, аналіз маркетингової стратегії, інвестицій у виробництво та поведінки інших суб'єктів ринку: посередників, споживачів, держави.

Поведінка агентів ринку значною мірою залежить від цінової стратегії, що прямо чи побічно стосується цін і ціноутворення на товари і послуги. Під час дослідження питань ціноутворення на ринку важливо здійснити аналіз коливань і співвідношення цін, основними напрямами якого є: оцінка різних цін для одного виду продукції або товарної групи; варіація цін у часі; варіація цін у регіонах, зонах; розбіжність цін на окремих субринках (державному, кооперативному, приватному); варіація цін у разі купівлі товарів різними соціально-економічними категоріями (групами за доходами).

За ринкової економіки суб'єкти ринку наділені правом самостійного визначення ціни на власну продукцію, а також правом її визначення на засадах домовленості зі споживачами (покупцями) при укладанні між ними угод купівлі-продажу. Саме це веде до виникнення цінової конкуренції між виробниками. Кожен із них прагне продати свій товар, а також не тільки зберегти, але й розширити свою нішу на ринку для зміцнення на ньому своїх позицій.

Визначивши рівень підвищення ціни, можна на основі аналізу кон'юнктури ринку зробити передбачення про можливість продажу якіснішої продукції за такою або ж вищою ціною. За умови, коли дійдемо висновку про реальність зазначеного продажу, можна прийняти рішення про здійснення додаткових витрат на поліпшення якості продукції, що зумовлюють підвищення її собівартості. В іншому разі товаровиробнику економічно недоцільно нести додаткові витрати на поліпшення якості продукції, але за умови, що вона за наявних параметрів якості має належні попит і збут.

Інтерес до високоякісної продукції безпосередньо пов'язаний зі зростаючим попитом на світових ринках.

На п'ятому, заключному, етапі досліджується результативність ринку, в основі якого лежить оцінка не тільки з погляду ефективності виробництва і розміщення ресурсів, але й з погляду забезпечення зайнятості і соціальної справедливості, справедливого розподілу доходів між учасниками ринку. На цьому етапі досліджуються також цінові параметри та рівень задоволеності попиту на внутрішньому ринку [5, с. 40].

Проте в сучасних умовах глобально-трансформаційних змін системний аналіз ринкових структур має низку слабких місць (недоліків), до яких слід віднести таке:

1. системний аналіз ринкових структур не визначає і не досліджує специфіку основних змінних (факторів), що впливають на формування і функціонування ринку;

2. не виявляє справедливість ринкового обміну;

3. не досліджує межі економічної свободи суб'єктів ринку;

4. ігнорує зміни в ціннісних орієнтаціях людей.

У сучасних умовах глобальнотрансформаційних змін важливе місце в дослідженні результативності ринку займає оцінка конкурентоспроможності товарів (послуг), що визначається відношенням корисного ефекту до сумарних витрат, які включають витрати, пов'язані з придбанням і використанням товару (послуги). Конкурентоспроможність товару прямо пропорціональна його якості й обернено пропорціональна його ціні і залежить від кон'юнктури ринку. Кон'юнктуру ринку можна оцінити за допомогою системи показників, до яких належать пропозиція товарів, купівельний попит, пропорційність ринку, тенденції розвитку, місткість ринку, циклічність, що характеризують ті чи інші сторони її прояву.

Сутність методологічного дослідження аграрного ринку пропонуємо розглядати як комплекс науково-дослідницьких процедур щодо поетапного здійснення збору, обробки та аналізу визначеного обсягу ринкової інформації з урахуванням специфіки сільськогосподарської продукції. Специфіка дослідження аграрного ринку полягає у тому, що здійснюється не просто виявлення стану і тенденцій розвитку ринкової ситуації та умов функціонування певного товарного ринку, а визначається рівень розвитку даного ринку у відповідному регіоні щодо його розвитку на національному рівні та в інших регіонах, що дасть можливість здійснити порівняльний аналіз та визначити ступінь чи міру його розвитку в масштабах країни. Результативність дослідження аграрного ринку залежить від обраного методичного інструментарію. Основу методичного забезпечення дослідження аграрного ринку становлять напрями розвитку ринку, принципи, система показників, алгоритм дослідження ринку, методи та інструменти збору, обробки та аналізу інформації.

Системний підхід до дослідження аграрного ринку може бути поданий у вигляді системи компонентів, використання яких є необхідним для забезпечення інформаційно-аналітичних потреб на різних рівнях. Компонентна структура системного підходу до дослідження аграрного ринку містить:

– об'єкт та предмет дослідження;

– мету та завдання дослідження, які в сукупності є цільовими орієнтирами цього маркетингового дослідження;

– принципи дослідження як вихідні положення та вимоги, дотримання яких забезпечуватиме ефективність дослідження, якість та повноту отриманої інформації, її адекватність і можливість використання під час обґрунтування управлінських рішень;

– напрями дослідження;

– процедуру дослідження як послідовність точно визначених дій, що сприятимуть вирішенню поставлених завдань;

– методичне забезпечення дослідження аграрного ринку – сукупність джерел, інструментів, методів, прийомів та засобів збору, обробки та аналізу інформації.

Відповідно до визначеної сутності аграрного ринку, об'єктом маркетингового дослідження даного ринку є організаційно-економічна система географічно спрямованих економічних відносин між суб'єктами ринку з приводу купівлі-продажу та споживання аграрної продукції. Предметом дослідження є закономірності формування, чинники та умови, які визначають стан і тенденції розвитку аграрного ринку.

У будь-якому напрямі чи виді діяльності успіх багато в чому залежить від сформульованої мети та завдань. Визначення мети передбачає встановлення конкретних цілей у часовому вимірі. У загальному вигляді метою вивчення кон'юнктури аграрного ринку є визначення та передбачення можливого характеру і процесу реалізації товарів та задоволення купівельного попиту з урахуванням дій визначених чинників та умов. Виходячи із цього, метою дослідження аграрного ринку є формування обґрунтованого висновку щодо стану, проблем і тенденцій його розвитку.

Для досягнення цієї мети необхідно виконати низку завдань. Найбільш пріоритетні завдання дослідження аграрного ринку визначені на основі узагальнення наявних у науковій літературі точок зору щодо основних завдань дослідження ринку. На основі цього варто виділити такі: визначення типології наявної ринкової ситуації; виявлення масштабу/обсягу ринку; оцінка й аналіз збалансованості ринку та його основних пропорцій; визначення стійкості та сталості ринку й прогнозування тенденцій його розвитку; оцінка й аналіз циклічності розвитку ринку; виявлення чинників, що впливають на стан ринку і тенденції його розвитку; оцінка рівня та інтенсивності конкуренції на ринку; оцінювання й аналіз ділової активності на ринку; характеристика економічних і соціальних наслідків розвитку ринку; оцінка й аналіз особливостей розвитку ринку; аналіз поведінки споживачів та чинників, що на неї впливають [7; 8].

Отже, істотні часові відмінності щодо розвитку вітчизняного аграрного ринку зумовлюють необхідність проведення досліджень даного ринку для виявлення особливостей та умов його формування і функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. У статті обґрунтовано специфіку системного підходу в методології дослідження. Визначено, що особливість системного аналізу полягає у тому, що він дає змогу розкласти складну проблему на компоненти аж до постановки конкретних завдань, для яких існують методи розв'язання, і, з іншого боку, зберігає цілісність цієї проблеми.

Розроблено та обґрунтовано системний підхід до дослідження аграрного ринку і детально охарактеризовано всі його етапи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тюріна Н.М. Логістика: [навч. посіб.] / Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 392 с.
2. Бакуменко В.Д. Методологія системних досліджень в державному управлінні: [навч. посіб.] / В.Д. Бакуменко, С.О. Кравченко. – К.: ВПЦ АМУ, 2011. – 116 с.
3. Варенко В.М. Системний аналіз інформаційних процесів: [навч. посіб.] / В.М. Варенко [та ін.]. – К.: Університет «Україна», 2013. – 203 с.
4. Осташко Т.О. Структурно-інституційний аналіз аграрного ринку / Т.О. Осташко – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2006. – 56 с.
5. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: [монографія] / Т.Г. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
6. Экономическая теория / В.И. Видяпин [и др]. – М.: Инфра-М, 2000. – 714 с.
7. Переверзєва А.В. Сутність ринкових досліджень та їх роль у процесі прийняття управлінських рішень / А.В. Переверзєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_5/40.pdf
8. Карпова Я. Дискусійні питання щодо трактування ієрархічної підпорядкованості та структури товарного ринку / Я. Карпова [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://conftiapv.at.ua/publ/konf_16_17_chervnja_2011_r/sekcija_5_ekonomichni_nauki/diskusijni_pitannja_shhodo_traktuvannja_ierarkhichnoji_pidporjadkovanosti_ta_strukturi_tovarnogo_rinku/17-1-0-937

REFERENCES:

1. Tiurina N.M. Lohistyka. Navch. posib. / N.M. Tiurina, I.V. Hoi, I.V. Babii. – K.: «Tsentruchbovoiliteratury», 2015. – 392 s.
2. Bakumenko V.D. Metodolohiia systemnykh doslidzhen v derzhavnomu upravlinni: Navchalnyi posibnyk / V.D. Bakumenko, S.O. Kravchenko. – K.: VPTs AMU, 2011. – 116 s.
3. Varenko V.M. Systemnyi analiz informatsiinykh protsesiv: Navch. posib. / V.M. Varenko, I.V. Bratus, V.S. Doroshenko, Yu.B. Smolnikov, V.O. Yurchenko. – K.: Universytet «Ukraina», 2013. – 203 s.
4. Ostashko T.O. Strukturno-instytutsiinyi analiz ahrarnoho rynku / T.O. Ostashko – K.: In-t ekonomiky ta prohnozuvannia, 2006. – 56 s.
5. Dudar T.H. Formuvannia rynku konkurentospromozhnoi ahroprodovolchoi produktsii: teoriia, metodyka, perspektyvy: Monohrafiia. – Ternopil: Ekonomichna dumka, 2009. – 246 s.
6. Ekonomicheskaya teoriya / [V.I. Vidyapin, A.I. Dobrynin, G.P. Zhuravleva, L.S. Tarasevich]. – M.: Infra-M, 2000. – 714 s.
7. Pereverzieva A.V. Sutnist rynkovykh doslidzhen ta yikh rol u protsesi pryiniattia upravlinskykh rishen [Elektronnyi resurs] / A.V. Pereverzieva. – Rezhym dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_5/40.pdf
8. Karpova Ya. Dyskusiini pytannia shchodo traktuvannia iierarkhichnoi pidporiadkovanosti ta struktury tovarnoho rynku / Ya. Karpova [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://conftiapv.at.ua/publ/konf_16_17_chervnja_2011_r/sekcija_5_ekonomichni_nauki/diskusijni_pitannja_shhodo_traktuvannja_ierarkhichnoji_pidporjadkovanosti_ta_strukturi_tovarnogo_rinku/17-1-0-937

Logocha R.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Agrarian Management,
Vinnytsia National Agrarian University

SYSTEM APPROACH IN RESEARCH METHODOLOGY FOR THE AGRARIAN MARKET

For the effective realization of administrative functions at all levels of management, reliable, objective, reliable information is needed on the state and progress of market trends. Special value in the conditions of socio-economic tension, the high level of dynamic and vagueness of environment is acquired by information on the progress of markets of food stuffs trends.

The problems of development of the domestic agrarian sector of the economy include poor awareness of a considerable part of agrarian commodity producers about market conditions, terms, and specifics of doing business in industries of agriculture. Therefore, there is a necessity of monitoring and prognostication of the development of markets for agricultural production.

Taking into account importance and key role of the market for agrarian products in the increase of food strength security on the modern stage, research and prognostication of this commodity market will assist determination of fundamental principles in relation to providing necessary production of agrarian goods and satiation volumes by it to the market in a necessary amount, necessary quality, at optimal price for providing their availability for all layers of the population. The results of such researches become all anymore necessary in the conditions of transformation changes; that is why the development of approach of the systems in the methodology of agrarian market research becomes more relevant.

In the article, it is determined that the feature of analysis of systems consists in that it allows resolving a thorny problem into components up to raising of concrete tasks, for which there are methods of solution, and, on the other hand, keeps the integrity of this problem. The system approach to agrarian market research is worked out and substantiated and all its stages are described in detail.