

УДК 338.439.5

Б. В. Хахула,
аспірант, Білоцерківський національний аграрний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

B. Khahula,
postgraduate student, BilaTserkva National Agrarian University

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE RESEARCH OF THE MARKET OF AGRO-FOOD PRODUCTS

Встановлено, що комплексне дослідження ринку агропродовольчої продукції часто ототожнюють з аналізом його кон'юнктури, що є взаємообумовленими й тісно взаємопов'язаними процесами. Проте нами обґрунтовано, що комплексне дослідження, хоча і ґрунтується на кон'юнктурному аналізі, є набагато ширшим поняттям.

Комплексне дослідження агропродовольчого ринку передбачає аналіз конкурентного середовища, ринкової інфраструктури й інституціональної структури ринку, оцінку оптимального територіального розміщення його суб'єктів, міжгалузевих і міжтериторіальних обмінів, а також ефективності управлінських рішень повноважних органів. Методологічними засадами комплексного дослідження агропродовольчого ринку мають стати: цілеспрямованість, комплексність, системність, систематичність, об'єктивність, динамічність, урахування територіальних особливостей, ефективність.

Доведено, що створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та поширення інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку — необхідна умова для забезпечення прозорості ринку для продавців і покупців. За відсутності систематизованої й оперативної інформації про цінову ситуацію на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства запровадження державного цінового регулювання (через заставні або інтервенційні закупівлі) може призвести до непередбачуваних наслідків, адже в такій ситуації неможливо гарантувати правильність розрахунків рівнів регульованих цін та об'єктивність оцінки ситуації.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства за просторовою ознакою ґрунтується на ієрархічній структурі кількості учасників ринку, обороті ринку та інших показниках. На особливу увагу заслуговує таке завдання кон'юнктурного аналізу агропродовольчого ринку — циклічність і сезонність його розвитку, що безпосередньо пов'язані з природно-кліматичними чинниками. Більше того, циклічність розвитку цього ринку зазнає впливу загальних економічних і галузевих циклів.

It is established that a complex research of the market of agro-food products is often equated with the analysis of the market conditions, which are interdependent and closely interrelated processes. However, we have argued that a complex research, although based on market analysis, is a much broader concept.

Comprehensive study of the agro-food market involves analyzing the competitive environment, market infrastructure and institutional structure of the market, assessing the optimal territorial allocation of its subjects, inter-sectoral and inter-territorial exchanges, as well as the effectiveness of managerial decisions of the authorities. The methodological principles of the complex research of the agro-food market should be: purposefulness, complexity, systemic, systematic, objectivity, dynamism, taking into account territorial features, efficiency.

It is proved that the creation of a system for the efficient collection, processing, storage and spreading of information about the level of internal prices among market players is a prerequisite for ensuring market transparency for sellers and buyers. In the absence of systematic and operative information about the price situation in agro-food markets, the introduction of state price regulation (through mortgage or intervention purchases) can lead to unpredictable consequences. Since in such a situation it is impossible to guarantee the correctness of calculations of the levels of regulated prices and the situation assessment objectivity.

Research of the market of agricultural products and food on a spatial feature is based on the hierarchical structure of the number of market participants, turnover of the market and other indicators. The following task of the analysis of the agro-food market deserves special attention — cyclicity and seasonality of its development, which are directly related to natural and climatic factors. Moreover, the cyclical development of this market is affected by the general economic and sectoral cycles.

Ключові слова: ринок, агропродовольча продукція, показник, кон'юнктура, оцінка.

Key words: market, agro-food products, market conditions, estimation, indicators.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Комплексне дослідження ринку агропродовольчої продукції часто ототожнюють з аналізом його кон'юнктури, що є взаємообумовле-

ними й тісно взаємопов'язаними процесами. Проте нами обґрунтовано, що комплексне дослідження, хоча і ґрунтується на кон'юнктурному аналізі, є набагато ширшим поняттям.

Комплексне дослідження агропродовольчого ринку передбачає аналіз конкурентного середовища, ринкової інфраструктури й інституціональної структури ринку, оцінку оптимального територіального розміщення його суб'єктів, міжгалузевих і міжтериторіальних обмінів, а також ефективності управлінських рішень повноважних органів. Методологічними засадами комплексного дослідження агропродовольчого ринку мають стати: цілеспрямованість, комплексність, системність, систематичність, об'єктивність, динамічність, урахування територіальних особливостей, ефективність.

При дослідженні агропродовольчого ринку як складної соціально-економічної системи слід урахувати таке: системність об'єктів і процесів; багатоваріантність шляхів розвитку; динамізм і глобальний характер соціально-економічних процесів; здійснення прогностичного аналізу й оцінка тенденцій розвитку АПР в умовах глобалізації. Структурні зв'язки ринку розглянуто нами як економічні взаємовідносини суб'єктів та інформаційних потоків у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання продукції, розвиток яких передбачає удосконалення організаційно-економічних відносин суб'єктів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Різноманітні грані важливої економічної проблеми організаційно-економічного забезпечення функціонування агропродовольчого ринку знайшли висвітлення у наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, концептуальна основа державного регулювання ринкової економіки сформована ще зарубіжними фундаменталістами Дж. М. Кейнсом, Р. Кемпбеллом, А. Маршаллом, П. Самуельсоном, А. Файолем, М. Кодрат'євим, В. Леонтьєвим і вітчизняними науковцями В. Базилевичем, В. Гейцем, А. Гальчинським, І. Лукиновим та багатьма іншими.

Проте, швидкоплинні зміни в економічному житті країни вимагають перегляду деяких методичних підходів до дослідження агропродовольчого ринку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є розробка теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій що до дослідження ринку агропродовольчої продукції.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Методологічною основою аналізу й оцінки стану, результативності та тенденцій розвитку

агропродовольчого ринку є системний аналіз, диференційований та комплексний підхід, що визначається складністю досліджуваного об'єкта. Методологію системного дослідження агропродовольчого ринку розглядаємо як узагальнений алгоритм, що є базовою компонентою й відображає, по суті, концептуальну модель дослідження, яка складається із таких стадій: аналіз, синтез, практична реалізація.

Важливим завданням дослідження кон'юнктури агропродовольчого ринку є розробка оперативних управлінських рішень щодо досягнення ринкової рівноваги. Зазначимо, що ринкова рівновага виступає лише як особливий, "ідеальний" випадок стану економіки, для якого характерна власна логіка взаємозв'язку економічних параметрів і специфічний спосіб відновлення стійкого рівноважного стану між наявними у суспільстві засобами і потребами. Рівновагу називають стійкою, якщо відхилення від нього супроводжується поверненням до початкового стану. При цьому виділяють часткову і загальну рівновагу. Часткова рівновага відповідає стану рівноваги між попитом і пропозицією на локальних ринках. Поняття загальної рівноваги, у свою чергу, відображає збалансоване й узгоджене функціонування всіх ринків.

Поняття загальної економічної рівноваги запропоновано А. Вальрасом, який поклав початок (друга половина XIX ст.) дослідженням із складання міжсекторних моделей. Його модель А. Вальраса ґрунтується на умові досконалої конкуренції, коли ні окремо взятий споживач (покупець), ні одиничний товаровиробник (продавець) не можуть безпосередньо впливати на ринкові ціни. За своєю сутністю вона як одна з перших економіко-математичних моделей була описана автором формальною мовою, наближеною до сучасної. У найбільш загальному вигляді запропонована А. Вальрасом система рівнянь відображає наступне: загальна пропозиція кінцевих продуктів у грошовому виразі має дорівнювати загальному попиту на них як сумі доходів їхніх власників, які приносять усі фактори виробництва.

Незважаючи на те, що ця модель є чисто теоретичною, ідея її автора істотно вплинула на розвиток моделювання економічних процесів. Так, поняття конкурентної рівноваги становить основу моделі Вальраса, яке в подальшому трансформувалося у поняття динамічної рівноваги у моделі Неймана [1]. Саме описування виробничого процесу, прийнятий у моделі Леонтьєва, також бере свій початок від Вальраса [2]. Основними недоліками моделі є, по-

перше, те, що на її основі складно зробити розширений висновок про реальний стан економіки (внаслідок складності інтерпретації математичної форми), по-друге, у тому вигляді, в якому модель сформульована, неможливо провести її емпіричну перевірку. Однак важливим висновком, який зроблено на основі моделі, є твердження, що рівновага можлива лише за погоджених рішень усіх товаровиробників і покупців. Із одного боку, як стверджував Л. Вальрас, подібні узгодження в конкурентній економіці здійснюються за допомогою ринку товарів, з іншого — очевидна необхідність існування узгоджувального органу, роль якого бере на себе держава.

Зазначимо, що виділяють два основних підходи до аналізу поведінки покупців і продавців: гіпотеза Вальраса-Хікса [3] і гіпотеза А. Маршалла [4]. Так, гіпотеза Вальраса-Хікса використовується у тих випадках, коли переважає попит, покупці намагаються збільшити закупівлі, ціна також зростає. За цих умов ринок стабілізується. І навпаки: якщо попит менше пропозиції, то продавці намагаються знизити ціни на товари, внаслідок чого надлишок пропозиції зникає. Гіпотеза А. Маршалла придатна у ситуації, коли ціна, яку покупці готові заплатити за дану кількість товару, вище ціни, прийнятної для продавця, виробництво розширюється, і навпаки. Рівновага буде стійкою, якщо зі збільшенням обсягів виробництва продукції скорочується розрив між рівнем цін.

Отже, динамічний аналіз стабільності враховує розвиток процесу адаптації попиту і пропозиції на ринку від одного періоду до іншого. Рівновага буде стабільною у тому разі, якщо протягом певного періоду часу ринкова ціна буде наближатися до ціни рівноваги (гіпотеза Вальраса-Хікса) або кількість товару наближається до рівноважного значення (гіпотеза А. Маршалла). Ці гіпотези враховують відносні зміни величини попиту і пропозиції.

Модель Вальраса удосконалив Парето, доповнивши її положенням про рівний добробут двох і більше учасників ринкових відносин. Критерій ефективності функціонування економіки, який покладено в основу даної моделі, дозволяє встановити такий Парето-ефективний стан економіки, для якого характерним є те, що ніяке інше досягне розміщення благ не може підвищити рівень корисності для жодного з індивідів без того, щоб понизити його для когось іншого. Зазначимо, що Парето-оптимальний стан може бути представлений як ринкова рівновага між попитом і пропозицією на всіх ринках, проте забезпечується оптимальне

функціонування економічної системи у цілому. При цьому найбільш повно задовольняються потреби всіх членів суспільства та раціонально використовуються сукупні ресурси [5].

Пропорційний розвиток і ефективність економіки за Парето передбачає дотримання таких умов: ефективність в обміні — блага розміщені ефективно, якщо граничні норми заміни між будь-якими двома благами однакові для всіх індивідів; ефективність у виробництві — не можна збільшити випуск одного блага без того, щоб не скоротився випуск якого-небудь іншого блага; ефективність у структурі випуску — для досягнення повної ефективності в економіці умови ефективності як у виробництві, так і в обміні повинні виконуватися одночасно.

При цьому Парето передбачав, що рівновагу можна охарактеризувати п'ятьма основними умовами: зважені (за цінами) граничні корисності (переваги), однакові для всіх товарів; для будь-якого учасника суми доходів і витрат однакові; кількість усіх благ до і після встановлення рівноваги однакові; ціни готових товарів відповідають витратам виробництва; кількість первинних товарів дорівнює кількості товарів, трансформованих у процесі виробництва в інші продукти.

Очевидно, що в реальній дійсності такого стану економіки досягти практично неможливо. Незважаючи на це, модель Парето намітила нові шляхи у вивченні проблеми рівноваги на багатопродуктових ринках. А. Маршалл увів поняття часткової рівноваги як рівноваги по кожному окремому товару. Основною метою використання його моделі є пояснення реакції товаровиробників і споживачів певного товару на поведінку їх стосовно один одного й визначення на цій основі ціни та рівня виробництва продукції на даному ринку. Отже, слушною є пропозиція про оптимальний варіант поведінки. При цьому визначаються зв'язки галузі з її постачальниками та споживачами через ряд функцій попиту і пропозиції. Коливання у рівнях виробництва галузей, які споживають продукцію даної галузі, або в доходах домашніх господарств виступають як зрушення функцій попиту. Відповідним чином зміни у споживанні певної продукції іншими галузями можуть зумовити зрушення у функціях пропозиції для цього сектора економіки.

При вивченні економічної рівноваги, спираючись на теорії В. Парето і А. Маршалла, Дж. Хікс першим вказав на обмеженість схем часткової рівноваги. Як основний засіб аналізу він використав апарат кривих байдужості. Відмовляючись від використання принципу

спадної граничної корисності, на його переконання, що для описування ринкової поведінки споживачів достатньо використати менш жорстку передумову — принцип спадної норми заміщення. У точках, де бюджетні лінії дотичні відповідних кривих байдужості, виконуються умови рівноваги — рівність граничної норми заміщення по відношенню до цін. Дж. Хікс намагався ввести елементи динаміки у свою теорію, але динаміку він розглядав як послідовність стану статистичної рівноваги, при цьому пропозиції стосовно динамічних процесів були недостатньо чіткими.

Так, П. Самуельсон критикував визначення динамічного процесу, запропоноване Дж. Хіксом. Використовуючи припущення Хікса, він побудував відповідну динамічну модель і показав, що запропоновані умови не можуть вважатися ні необхідними, ні достатніми для забезпечення стійкої рівноваги динамічної системи. При цьому економічну рівновагу було визначено як стійкий стан економіки, за якого простежується тенденція до саморегулювання відхилень [6].

Особливий інтерес у спростуванні гіпотези єдиного варіанта рівноважних цін становить теорія катастроф, прийнята щодо товарів, ціни на які дуже чутливі до деяких факторів (сезону продажу, пропозиції, об'єктивної інформації про ціни у продавців і т.д.). Сукупна дія цих факторів спроможна привести до катастрофи у ціноутворенні. Отже, якщо за певної ситуації ціни швидко змінюються, то це означає, що рівновага все ще є, але вже для іншого рівня рівноважної ціни.

Наголосимо, що практично всі моделі, запропоновані західними економістами, мають на меті описати механізм "досконалої конкуренції" (тобто присутність на ринку великої кількості агентів, не здатних впливати самостійно на ринкові ціни). Такі науковці, як В.А. Волконський, А.Г. Гранберг та інші, в основному дещо по-іншому інтерпретували моделі рівноваги, розглядаючи їх як схеми оптимального планування на основі узгодження децентралізованих рішень. При цьому кількість учасників, відносні обсяги їхніх затрат і випуску не мають принципового значення, оскільки передбачається, що в системі діють певні правила зміни цін і норми поведінки, а це забезпечує пошук рівноваги [7].

Одним із перспективних напрямів регулювання вітчизняної економіки повинно стати сприяння формуванню мережі взаємопов'язаних міжрегіональних агропродовольчих ринків із метою наближення регіонів-вироб-

ників і регіонів-споживачів, а також оптимізації коопераційних зв'язків між підприємствами, пов'язаними єдиним відтворювальним процесом.

Слід зазначити, що комплексне дослідження ринку агропродовольчої продукції часто ототожнюють з аналізом його кон'юнктури. Безумовно, вони є взаємообумовленими й тісно взаємопов'язаними. Проте, на наш погляд, комплексне дослідження, хоча і ґрунтується на кон'юнктурному аналізі, є значно ширшим поняттям.

Важливим методологічним питанням комплексного дослідження агропродовольчого ринку є визначення його принципів і послідовності виконання дослідницьких операцій. Аналіз підходів різних авторів, які займаються питаннями дослідження ринку, показав, що серед них є деякі відмінності. Так, Ю.Н. Мошин і А.Ю. Мошин вважають, що "висока результативність роботи з питань вивчення кон'юнктури, проблем і тенденцій розвитку ринку можлива тільки за дотримання принципів ціленаправленості, комплексності та системності [8, с. 43].

Безумовно, важливість цих класичних принципів безперечна, а використання їх при комплексному дослідженні ринку сільськогосподарської продукції є обов'язковою умовою. Проте для забезпечення результативності такого дослідження очевидним є використання чинників, які характеризують специфіку галузевого ринку.

До принципів організації кон'юнктурного аналізу ринку інші науковці відносять такі: науковість; системність; комплексність; оперативність, гнучкість, перспективність і ефективність [9, с. 30]. Зазначимо, що позитивним моментом у цьому підході, на нашу думку, є розширений перелік принципів, а також розмежування принципів системності та комплексності. При цьому відсутність таких принципів, як цілеспрямованість і систематичність є істотним недоліком даного підходу.

Привертає увагу позиція А.С. Новосолова, який виділив початкові методологічні принципи економічної діагностики ринків: системний і динамічний підходи, врахування регіональних особливостей та науково-технічного прогресу в розвитку ринків [10, с. 80]. Позитивними моментами цього підходу, на нашу думку, є виділення принципів динамічного підходу й врахування регіональних особливостей. Їх використання при комплексному дослідженні сільськогосподарського ринку дасть змогу більш детально визначати тенденції його роз-

витку й чинники впливу, що визначаються тимчасовими періодами та територіальними аспектами. Проте в цьому підході, як і в попередньому, відсутні принципи цілеспрямованості та систематичності, а також принцип системності, який об'єднаний із принципом комплексності. Крім того, виділення принципу інноваційного розвитку, на нашу думку, є зайвим, оскільки він є одним із факторів динамічного підходу, який впливає на розвиток ринку сільськогосподарської продукції.

Отже, узагальнення й оцінка підходів різних авторів є доцільною для використання наступної системи методологічних принципів комплексного дослідження продовольчого ринку: цілеспрямованості, комплексності, системності, систематичності, об'єктивності, динамічності, урахування територіальних особливостей, ефективності.

Принцип цілеспрямованості вказує, що комплекс досліджень слід спрямовувати на виконання конкретних завдань, а дотримання цієї умови дає змогу відкинути зайву інформацію. Цілеспрямованість комплексного дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства має досить складну структуру. Слід відмітити, що мета дослідження полягає в характеристиці існуючого стану, з'ясуванні причин ситуації, що склалася, або прогнозі майбутнього стану, конкретні його завдання залежать від того, хто є споживачем результатів дослідження. У свою чергу рівень і склад користувачів інформації залежать від того, ринок якого рівня досліджується (світовий, національний, регіональний або місцевий).

Доведено, що створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та поширення інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку — необхідна умова для забезпечення прозорості ринку для продавців і покупців. За відсутності систематизованої й оперативної інформації про цінову ситуацію на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства запровадження державного цінового регулювання (через заставні або інтервенційні закупівлі) може призвести до непередбачуваних наслідків, адже в такій ситуації неможливо гарантувати правильність розрахунків рівнів регульованих цін та об'єктивність оцінки ситуації.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства за просторовою ознакою ґрунтується на ієрархічній структурі кількості учасників ринку, обороті ринку та інших показниках. На особливу увагу заслуговує наступне завдання кон'юнктурного аналі-

зу агропродовольчого ринку — циклічність і сезонність його розвитку, що безпосередньо пов'язані з природно-кліматичними чинниками. Більше того, циклічність розвитку цього ринку зазнає впливу загальних економічних і галузевих циклів.

Встановлено, що при виборі системи показників аналізу кон'юнктури агропродовольчого ринку слід враховувати такі вимоги: показники мають бути вимірними, порівнянними, доступними і вірогідними; всебічно відображати розвиток об'єкта, що досліджується; враховувати вагомість певних аспектів у процесі виведення інтегрального показника. Показники аналізу кон'юнктури агропродовольчого ринку нами об'єднано в такі основні групи: показники внутрішнього товарообігу, показники зовнішньої торгівлі, цінові показники.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження пропорційності ринку доцільно використовувати такі інструменти, як баланс, відносні величини структури і координатії, компаративні (порівняльні) індекси тощо. Найважливішими пропорціями агропродовольчого ринку є співвідношення попиту і пропозиції, внутрішнього виробництва й імпорту продуктів харчування, а також частка витрат населення на харчування у загальному обсязі споживчих витрат та їх розподіл між різними групами населення за доходами. Диспропорції у структурі витрат населення, що відображені найбільшою часткою витрат на продукти харчування, свідчать про низький рівень доходів і якості життя населення.

Збалансованість або розбалансованість ринку — процес динамічний, ситуація може постійно змінюватися, тому її необхідно вивчати. Складність аналізу полягає в тому, що товарна пропозиція — це показник документований, а попит безпосередньо оцінити не можна. Звичайно, основні його закономірності й тенденції можна оцінити за товарооборотом (реалізованим попитом) або купівельною спроможністю населення, але фактичний попит із певних причин може їм не відповідати, а розрахунки відображатимуть умовний характер. Одним із способів неформальної оцінки ринкової кон'юнктури може бути порівняння попиту (продажів), пропозиції (внутрішнє виробництво і ввезення) й обсягу товарних запасів. У процесі зіставлення позицій (збільшення, стабільність, зменшення) наведених індикаторів ринку можна охарактеризувати його стан.

Література:

1. Ціхановська В. М. Методологічні підходи до дослідження кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції / В. М. Ціхановська // Збірник наукових праць ВНАУ. — 2012. — № 3 (69), Т. 2. — С. 229—236.
2. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 408 с.
3. Мочерний С.В. Основи економічної теорії: навчальний посібник / С.В. Мочерний. — К.: Академія, 1998. — 462 с.
4. Маршалл А. Принципы политической экономии — М.: Прогресс, 1983. — Т. 1. — 415 с.; Т.2. — 310 с.; Т. 3. — 351 с.
5. Сафиуллин Н.З. Многомерный рынок: теория и методология. — Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2002. — 214 с.
6. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, В. Нордхаус. — М., 1991. — 102 с.
7. Сапир Ж. К экономической теории неоднородных систем: опыт исследования децентрализованной экономики / Пер. с фр. под науч. ред. Н.А. Макашевой. — М.: ГУ ВШЭ, 2001. — 248 с.
8. Мошин Ю.Н. Анализ конъюнктуры потребительского рынка: учебное пособие / Ю.Н. Мошин, А.Ю. Мошина. — М.: Изд-во УРАО, 2004. — 168 с.
9. Скопина И.В. Маркетинговый анализ на основе экономико-математических методов: в 7 частях. 4.1. Потребительский рынок, конъюнктура, модели: учебное пособие / И.В. Скопина, А.Ф. Рогачев. — Киров: Изд-во ВятГУ, 2003. — 180 с.
10. Новоселов А.С. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики / А.С. Новоселов / Отв. ред. В.В. Кулешов. — Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. — 364 с.

References:

1. Tsikhanovs'ka, V.M. (2012), "Methodological approaches to the study of the market

situation of agricultural products", Zbirnyk naukovykh prats' VNAU, vol. 3 (69), no. 2, pp. 229—236.

2. Vitlins'kyj, V.V. (2003), Modeliuvannia ekonomiky [Modeling the economy], KNEU, Kyiv, Ukraine.

3. Mochernyj, S.V. (1998), Osnovy ekonomichnoi teorii [Fundamentals of economic theory], Akademiia, Kyiv, Ukraine.

4. Marshall, A. (1983), Principy politicheskoi jekonomii [Principles of political economy], Progress, Moscow, Russia.

5. Safiullin, N.Z. (2002), Mnogomernyj rynek: teorija i metodologija [Multidimensional market: theory and methodology], Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta, Kazan, Russia.

6. Samujel'son, P. (1991), Jekonomiks [Economics], Moscow, Russia.

7. Sapir, Zh. (2001), K jekonomicheskoi teorii neodnorodnykh sistem: opyt issledovaniia decentralizovannoi jekonomiki [Towards an economic theory of heterogeneous systems: an experience in the study of decentralized economics], GU VShJe, Moscow, Russia.

8. Moshin, Ju.N. (2004), Analiz konjunktury potrebitel'skogo rynka [Consumer market analysis], Izd-vo URAO, Moscow, Russia.

9. Skopina, I.V. and Rogachev, A.F. (2003), Marketingovij analiz na osnove jekonomiko-matematicheskikh metodov: v 7 chastjah. 4.1. Potrebitel'skij rynek, konjunktura, modeli [Marketing analysis based on economic and mathematical methods: in 7 parts. 4.1. Consumer market, conjuncture, models], Izd-vo VjatGU, Kirov, Russia.

10. Novoselov, A.S. (2002), Regional'nyj potrebitel'skij rynek. Problemy teorii i praktiki [Regional consumer market. Problems of theory and practice], Sibirskoe soglasenie, Novosibirsk, Russia.

Стаття надійшла до редакції 08.10.2018 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА