

обов'язкове подання нефінансової звітності, створити ефективну систему суспільного діалогу з урахуванням інтересів усіх сторін.

Список літератури:

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : моногр. / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
2. «Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку»: аналіт. звіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ksv-2005-2010-analitychnyy-zvit.pdf>.
3. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством / А.М. Колот // Соціально-трудова відносина : теорія та практика . – 2013. – № 2 (6). – С. 6–16.

Ольга РОМАНИШИН

Тернопільський національний економічний університет

КОН'ЮНКТУРА РИНКУ М'ЯСА ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЙОГО РОЗВИТКУ В РЕГІОНІ

Дослідження проблем формування та функціонування м'ясного ринку багато в чому перетинається з вивченням його кон'юнктури, а вирішення цих проблем власне і направлено на створення сприятливих умов ринку. Сприятлива або позитивна кон'юнктура має місце тоді, коли ємність товарного ринку зростає, виробники отримують достатні для організації відтворювального процесу доходи, споживачі – необхідні їм товари в потрібній кількості і визначеної якості за доступними цінами, а ціни змінюються в основному тільки у зв'язку з зміною якості товарів .

Кон'юнктура ринку – це економічна ситуація, обумовлена співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем і структурою цін, станом товарних запасів, сезонними коливаннями в опитуванні населення, короткочасною дією різних факторів. Кон'юнктура визначається, перш за все, змінами у відтворенні худоби, птиці, м'яса і м'ясних продуктів і знаходить свій вияв у динаміці сільськогосподарського промислового виробництва, капіталовкладень, в коливаннях цін і облікового відсотка, у змінах внутрішньої і зовнішньої торгівлі. Тобто, кон'юнктура – це сукупність факторів і умов, що впливають на розвиток м'ясного господарства та реалізацію його кінцевих продуктів. Кон'юнктура м'ясного товарного ринку включає поточні зміни і коливання в сфері виробництва і збуту худоби, птиці, м'яса і м'ясопродуктів. Функціонування ринку, його розширення або скорочення, зміна рівня цін на товари, попиту і пропозиції залежать від кон'юнктури.

Вивчення кон'юнктури ринку охоплює широке коло виробничих, техніко-економічних і комерційних питань. Сучасний стан м'ясного господарства України безумовно є кризовим, так як безперервно йде падіння виробництва м'яса, скорочення поголів'я худоби і птиці. Однак, перевиробництва немає, значного зростання товарних запасів немає, ціни не знижуються, а ростуть. У цьому головна відмінність сучасної кризи в м'ясному підкомплексі України від циклічної кризи. Це не циклічний, а соціально-економічна криза, в якому вирішальною компонентою є духовна. Саме духовна деградація є причиною сучасної кризи.

Виробництво падає в результаті руйнування його життєво необхідних зв'язків. Ціни на м'ясо та м'ясопродукти підвищуються, насамперед, внаслідок штучного зростання цін на паливно-енергетичні ресурси, підгонки їх під світовий рівень, зростання цін на інші фактори виробництва. Тому вихід з кризи полягає не в реалізації товарних запасів, а в зниженні цін і підвищенні платоспроможного попиту населення.

До показників, які використовуються при вивченні кон'юнктури ринків продовольчих товарів, в тому числі і м'ясного ринку, належать загальноекономічні показники, показники внутрішнього і зовнішнього товарообігу, міжрегіонального товарообігу, кредитно-грошової сфери, галузей сільського господарства та сфери переробки, дані про обсяг капіталовкладень, ціни тощо. До загальноекономічних показників відносяться динаміка обсягів валового

внутрішнього продукту, індекси промислового та сільськогосподарського виробництва, рівень зайнятості, реальні доходи населення. Ці показники характеризують стан загальногосподарської кон'юнктури. При зростанні валового внутрішнього продукту, промислового і сільськогосподарського виробництва, зайнятості створюються хороші передумови для сприятливої кон'юнктури на м'ясному ринку, так як підвищуються доходи населення і збільшується попит на м'ясо і м'ясні продукти.

Показники внутрішнього товарообігу характеризують положення на національному та регіональному ринках. До їх складу входять дані про обсяги роздрібної та оптової торгівлі, платоспроможний попит населення, рух товарних запасів, внутрішні перевезення. Зростання товарообігу роздрібної та оптової торгівлі в порівнянних цінах свідчить про сприятливу кон'юнктуру на регіональному м'ясному ринку.

Ціни відіграють головну роль при вивченні кон'юнктури, так як вони виступають в якості акумулюючого показника кон'юнктури, в їх русі відбиваються зміни багатьох кон'юнктурних показників – виробництва, зовнішньої торгівлі, капіталовкладень, курсів акцій. Вивчення кон'юнктури м'ясного ринку передбачає використання певної методики, яка визначає сукупність методів і послідовність їх застосування для вивчення кон'юнктури м'ясного ринку, тобто, для аналізу існуючого стану м'ясного ринку та вироблення прогнозу в поліпшенні кон'юнктури.

Вивчення кон'юнктури необхідно починати з вивчення якісних характеристик товарів м'ясного ринку: виявити споживачів цих товарів, визначити розміри їх споживання, особливості попиту і пропозиції окремих видів і сортів товару.

Послідовність вивчення кон'юнктури наступна:

- а) виявлення основних рис і особливостей ринку;
- б) збір і накопичення кон'юнктурної інформації (економічних показників, що характеризують положення на товарному ринку);
- в) аналіз кон'юнктури, який в свою чергу складається з виявлення тенденцій у коливаннях економічних показників, причин таких змін, визначення факторів, під впливом яких складається кон'юнктура у розглянутому періоді.

На основі аналізу та виявлення кон'юнктури ринку здійснюється її прогноз, метою якого є визначення найбільш ймовірних оцінок стану кон'юнктури в майбутньому. Прогнозування кон'юнктури ринку проводиться з використанням спеціальних методів таких як:

- метод експертних оцінок, що полягає у використанні знань, досвіду та інтуїції фахівців, що займаються вивченням і прогнозуванням;
- метод статистичної екстраполяції, що складається у виявленні тенденцій зміни показників та продовження їхніх значень в майбутнє;
- метод економіко-математичного моделювання дозволяє на основі економіко-математичних моделей відобразити очікувані кон'юнктурні ситуації на ринку;
- комбіновані методи, що представляють собою різні поєднання методів екстраполяції з методами експертних оцінок, економічно-математичного моделювання.

Отже, прогноз кон'юнктури м'ясного ринку передбачає оцінку перспектив розвитку загальногосподарської діяльності підприємств з його виробництва, реалізації, обсягів споживання, розвитку міжнародної торгівлі, руху цін.

Список літератури:

1. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку.–К.: ННЦІАЕ, 2009.-292
2. Бойко В.І. Ринок м'яса: світові тенденції регіонального розвитку виробництва / В.І.Бойко, Л.В.Мамчук // Економіка АПК.-2011.-№1.-С.145-148.
3. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг)/ [Ю.П. Воскобійник, О.Г. Шпикуляк, І.В. Камінський та ін.]; за ред. Ю.П. Воскобійника. - К.:ННЦ ІАЕ,2011. – 355 с.
4. Діброва А.Д. Ефективність державної підтримки виробників продукції тваринництва в Україні / А.Д.Діброва // Економіка АПК.-2010.-№9.-С.54-60.
5. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика: [монографія] / П.Р. Пуцентейло. – Тернопіль: ВПЦ “Економічна думка ТНЕУ”, 2011. – 420 с.

6. Руснак П.П. Економіка сільського господарства. Ринок м'яса і м'ясних продуктів України / П.П. Руснак // М'ясодело. – 2012. – №1-2. – С.12 – 21.
7. Саблук П.Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарюванні/ П.Т. Саблук // Економіка АПК. - 2007. - № 2. - С. 3-10.
8. Сільське господарство України 2011. Статистичний збірник. / [за ред. Ю.М. Остапчука]. – Київ: ДП “Інформаційно-аналітичне агентство”. –2012. – 369 с.
9. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 р. / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. –182 с.
10. Сулима М. І. Економічна ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах / М. І. Сулима // Економіка АПК. – 2009. - № 2. – С. 88-94.
11. Шуст О. А. Стан і тенденції розвитку ринку м'яса в Україні/ О.А.Шуст // Вісник аграрної науки. - 2011.-№5.-С.68-70.

Ірина СКРЕБЕЦЬ

Національний університет «Львівська політехніка»

ОБМЕЖЕНІСТЬ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ЙОГО АЛЬТЕРНАТИВИ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ МАЙБУТНІХ ЗМІН В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для ефективного функціонування підприємства потрібно на перспективу знати, що його очікує в майбутньому. Особливо це стосується аспектів стратегічної діяльності, а також того, чим підприємство планує займатися надалі.

Найдавнішою формою мислення про майбутнє було прогнозування і навіть передбачення. Сучасна епоха передбачає існування певного устрою сучасного світу, який може бути зрозумілим через людські знання. Його джерелом є ретроспектива, тобто, погляд назад, а майбутнє можна визначити завдяки подіям з минулого. Тобто чим довшою у часі є ретроспектива, тим довшою буде перспектива майбутнього.

З одного боку, багато дослідників сумніваються в дослідженнях відносно майбутнього, покладаючись на те, що людина нездатна належно зрозуміти і пристосувати майбутнє до теперішньої дійсності. З іншого боку, число тих, хто досліджує на сьогодні проблему майбутнього в господарських явищах, стає щораз більшим. Варто зауважити, що тут не йдеться про переконання, що ця справа непотрібна, бо об'єктивно майбутньої дійсності немає, а швидше, наголошується на тому, що потрібно визначити умови, які мають бути дотримані для досягнення більш точних результатів в дослідженні майбутніх економічних явищ. Головним питанням повинно бути не те, що станеться і що нас чекає, а те, як треба діяти у випадку, коли настануть ті чи інші зміни. Звідси випливає, що відповідною діяльністю має бути не передбачення чи ретроспектива минулого, а її проєкція на майбутнє [1, с.17-19]. Сказане вище означає, що прогнозування не може бути дуже ефективним у дослідженні майбутнього стосовно стратегічних аспектів господарської діяльності, якщо воно не справджується у швидкозмінному середовищі (хоча існують концепції прогнозування в умовах невизначеності).

Очевидно, що найбільш точним прогнозом буде тоді, коли зміни відбуваються повільно, але в сучасному швидкозмінному середовищі, це завдання виконати нереально. Можна побудувати дуже точну модель прогнозування, але часто власне найбільшою помилкою дослідників стає те, що правильно побудована модель на показниках, які є минулим, ще не означає, що такий прогноз буде корисним в дослідженні майбутнього [2, с.255].

Сьогоднішня дійсність зовнішнього середовища є важкою для бізнесу не лише стосовно передбачення, але і для реагування. Вона полягає у настанні щораз частіших небезпечних явищ, які спровокували навіть таку категорію як ера турбулентності. У таких умовах підприємство повинне розуміти, що не вдасться здійснювати свою діяльність так, як раніше, тобто, за висловлювання Ф. Котлера: «...в одній руці з підручником з нормального розвитку і буму, а в другій – зі спаду і рецесії» [3, с. 55]. Така можливість була тоді, коли можна було розділити цикл функціонування на окремі фази. Сьогодні такий поділ на фази