



УДК 338.43

**Х. З. Махмудов, д-р екон. наук, проф.,
Полтавська державна аграрна академія**

ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА АГРАРНО-ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

У статті розкрито особливості функціонування аграрно-продовольчого ринку. Розроблено модель економічно-організаційного механізму форсування попиту та пропозиції на ринку продовольства.

Ключові слова: попит, пропозиція, ціна, аграрний ринок, рівновага, інвестиції.

Постановка проблеми. Трансформування економіки України у світове господарство спрямоване на досягнення нової якості економічного зростання, підвищення рівня продовольчого забезпечення населення, а тому серед головних завдань аграрної економіки з-поміж пріоритетних є відпрацювання сучасних механізмів і підходів, які б дали змогу забезпечити населення країни високоякісною сільськогосподарською продукцією за доступними цінами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науковій літературі приділяється значна увага аналізу попиту та пропозиції на ринку. Проблема взаємозалежності попиту і пропозиції на ринку аграрно-продовольчих товарів розглядається в роботах П. Т. Саблука, В. Г. Андрійчука, М. Й. Маліка, П. М. Макаренка, А. М. Шпичака, М. Ю. Коденської, Ю. В. Коваленко, В. М. Рабштина та інших.

Метою статті є аналіз сучасного стану функціонування аграрно-продовольчого ринку і особливостей взаємозалежності попиту та пропозиції на ринку.

Виклад основного матеріалу. Попит на продукцію формується під дією низки факторів, серед яких найвагомішими є рівень доходів у суспільстві, диференціація населення за квінтільними коефіцієнтами грошових доходів, місткість ринку за конкретним видом продукції та її наявність у продажі, наявність взаємозамінних товарів (товарів субститів), суб'єктивні смаки покупців.

Ринковий механізм взаємовідносин базується головним чином на дії сукупності законів, серед яких найбільш впливовими є закон вартості, середньої норми прибутку, закону відповідності попиту і пропозиції, які діють у певному взаємозв'язку [2]. На основі даних законів відбувається формування ринкової ціни, завдяки якій мають збалансуватися обсяги й асортимент товарів, що значно впливає на розвиток виробництва та є регулятором діяльності господарюючих суб'єктів.



На ринок разом зі споживачами, які пред’являють попит на товари, виходять підприємства, що забезпечують їх виробництво і пропозицію.

Пропозиція – сукупність товарів на ринку, які можуть бути представлені на ринок за цінами, що задовольняють товаровиробників.

Взаємозв’язок попиту та пропозиції на ринку зображено на рисунку 1.



Рис. 1. Взаємозалежність попиту і пропозиції на ринку аграрно-продовольчих товарів

У механізмі ринкової взаємодії існує закономірний взаємозв’язок між ринковою ціною і кількістю продукції (товарів), що виробляються і пропонуються до реалізації. Вважається, що в умовах ринку тільки



рівень ціни є стимулюючим фактором до збільшення чи зменшення обсягів виробництва будь-якого товару. Якщо ціни на той чи інший продукт (товар) зростають, то суспільство має перевагу в цьому товарі. Критерієм доцільності виробництва того чи іншого виду продукції є такий рівень її ціни на ринку, що забезпечує відшкодування витрат виробництва і задовольняє мотивацію товаровиробника в отриманні відповідної маси прибутку.

Динаміку виробництва продукції визначатимуть, крім того, ціни на матеріально-технічні ресурси, що впливають на рівень собівартості продукції, яка на ринку не має прояву для споживача, але при зниженні собівартості відобразиться на зростанні прибутку як стимулюючого фактора збільшення пропозиції. На зміну пропозиції того чи іншого товару можуть впливати нововведення, що зумовлюють диференціацію використання цього товару на інші цілі, виготовлення з нього продукції іншого спрямування, ніж продуктивне споживання. Пропозицію може визначити також рівень монополізації ринку, що може проявитися в зміні цін незалежно від обсягів виробництва, а також динаміка цін на інші, у тому числі взаємозамінні товари.

Пропозиція як кількість товарів, що перебуває на ринку або може бути пред'явлена на ринок, визначається обсягами виробництва, але не тотожна йому. Розрізняють індивідуальну пропозицію або пропозицію окремої компанії та ринкову пропозицію, що становить суму обсягів індивідуальної пропозиції. На рішення підприємств щодо пропозиції, як і на рішення споживачів відносно покупок, насамперед впливає ціна, що є основним індикатором, який показує, скільки і якої продукції необхідно виробляти.

На відміну від споживача, для господарюючого суб'єкта стимулом до виробництва є ціна на ринку. Зв'язок між ціною та обсягом пропозиції є законом ринкової економіки: обсяг пропозиції зростає з підвищенням ціни і зменшується з її зниженням.

Пропозиція як складова ринкового механізму формується під дією сукупності факторів, а саме:

- а) ґрунтово-кліматичні особливості того чи іншого регіону, що зумовлюють організацію господарських структур різних виробничих напрямів та певну концентрацію виробництва;
- б) розвиток продуктивних сил, що визначається технічністю та технологічністю виробництва, рівнем урожайності культури, якістю промислової переробки сільськогосподарської продукції, доведення її до товарного виду (фасування, пакування, затарювання) і споживання;
- в) стимулююча дія мотивації праці, що є регулятором її продуктивності і відтворення робочої сили;



- г) організаційна і фінансова доступність господарчих структур до ринку засобів виробництва;
- д) державне стимулювання аграрно-промислового виробництва через інвестиції, податки, пільгові кредити під фінансування нових технологій;
- е) інформаційне забезпечення, організація каналів зв'язку господарств з ринковими структурами, що мають забезпечити доступність на вироблену господарством продукцію.

До нецінових чинників пропозиції можна віднести ціни на ресурси, технології виробництва, кількість продавців на ринку, податки та дотації, зміни цін інших товарів, очікування зміни цін.

Ціни на ресурси здійснюють вплив на пропозицію через витрати виробництва. Зниження цін на ресурси виробництва певного товару дає змогу за інших рівних умов закупити більше ресурсів і виробити більше продукції. Зростання цін на ресурси виробництва призводить до скорочення пропозиції. Проте використання більш досконалих технологій виробництва дозволяє підприємствам виробляти більше продукції при тих же самих ресурсах [4].

Реальна ціна на ринку і фактичний обсяг продажу визначаються взаємодією попиту та пропозиції (покупців і продавців).

Починаючи з 2000 року виробництво окремих видів сільськогосподарської продукції дещо пошвавилось, але все ще не досягло рівня 1990 року. Незважаючи на різке зменшення обсягів виробництва аграрно-продовольчої продукції, спостерігаються її надлишки, про що свідчать прилавки магазинів, сільськогосподарські ринки, на яких переважають продавці. Тобто пропозиція й попит все ще не збалансовані. Це викликано не занадто великими обсягами виробництва (перевиробництва) продукції, а нестачею грошей у переважній більшості населення. У результаті населення не купує необхідного продовольства, а продукція залишається нереалізованою, створюючи надлишки. Проте ціни на неї не знижуються, що вірогідно обумовлено монополією на ціни й на товари або фіктивними надлишками продукції. В економіці країни все ще не повністю враховується дія законів ринкових відносин.

Розвиток ринкової економіки та правове забезпечення аграрних перетворень базуються на Конституції України та законах України, схвалених на найвищих рівнях державної влади, а саме: “Про внесення змін і доповнень до Закону України “Про фермерське господарство” (2003), “Про колективне сільськогосподарське підприємство” (2003), “Про оренду землі” (2003). Проте законодавча база відпрацьована ще



недостатньо, що не може не впливати негативно на проведення аграрної реформи та її соціально-економічних наслідків [5].

Проведені дослідження засвідчили, що ринок – це складний соціально-економічний процес, який розвивається в певному ринковому середовищі та зумовлюється сукупною дією економічних законів, рівень пізнання і дотримання яких визначає ефективне використання ресурсів і капіталу, забезпечення прибутковості виробництва та гармонійний розвиток суспільства.

Разом з тим формування попиту й пропозиції на ринку агропродовольчих товарів – це система взаємоузгоджених організаційних форм і врегульованих методів економічного та інформаційно-правового характеру, котрі сприяють реалізації дії закону відповідності попиту пропозиції та активізують збут аграрно-продовольчої продукції за допомогою такого організаційного механізму, як маркетингова служба в підприємницьких структурах (табл. 1).

Таблиця 1

Модель економіко-організаційного механізму формування пропозиції і попиту на ринку продовольства

Пропозиція		Попит	
Імпорт	Виробництво	Внутрішній ринок	Експорт
Квоти	Аграрно-продовольча продукція: види, обсяги, якість, ціни	Населення: кількість, структурованість – за доходами, віковими групами, звичками	Квоти
Міжурядові угоди		Промислові переробні підприємства:	Міжурядові угоди
Двосторонні домовленості		види, кількість, виробничі потужності	Двосторонні домовленості
Ринкова інфраструктура			

Водночас створення стимулюючого організаційно-економічного механізму формування попиту і пропозиції передбачає виконання таких положень:

- комплексний підхід до формування попиту у взаємозв'язку з каналами збуту, їх обсягами, фактором часу та ціновим фактором;
- системний характер формування механізму, тобто складається із взаємозалежних структурних елементів, які взаємопов'язані між собою;
- адаптивність до мінливих змін потреб споживачів і формування широкого асортименту аграрно-продовольчої продукції;



- оптимальне співвідношення між експортом та імпортом аграрно-продовольчої продукції. Місткість внутрішнього аграрно-продовольчого ринку має бути максимально наповнена продукцією вітчизняного виробництва відповідно до потреб споживачів. Імпортувати тільки ту продукцію, природно-кліматичні умови для виробництва якої в Україні відсутні;
- відповідність виробничих потужностей промислових підприємств з потребами виробництва з урахуванням резервних потужностей, що обумовлено циклічним характером природно-кліматичних умов і зниженням продуктивності ґрунту з роками;
- раціональне землекористування, що передбачає впровадження науково-обґрунтованих спеціалізованих сівозмін відповідно до зональних природно-кліматичних особливостей та є одним з найважливіших факторів родючості ґрунтів і формування оптимальної структури виробництва;
- конкурентоспроможність, економічність та ефективність. Вироблена сільськогосподарська продукція має бути якісною, своєчасно й прибутково реалізованою або переробленою;
- оптимальне поєднання розвитку галузей рослинництва і тваринництва, що передбачає біологізацію землеробства, біологічну переробку кормової групи супутньої продукції рослинницьких галузей і використання побічної продукції тваринництва також для удобрення полів;
- впровадження новітніх інвестиційно-інноваційних проектів системного будівництва на селі – невеликих за розмірами тваринницьких комплексів з виробництва молока та його якісної промислової переробки;
- сприяння держави по впровадженню інвестиційно-інноваційних проектів з переробки енергетичної сільськогосподарської продукції і виробництва біопального (біоетанолу, біодизелю, біогазу) та інших видів продукції господарського використання;
- територіальне розосередження виробничих потужностей по промислому зберіганню зерна (зерноховищ-елеваторів, оснащених технологічним обладнанням на основі кооперативних відносин);
- стимулювання державою інвестицій у розвиток галузей тваринництва для забезпечення внутрішнього аграрно-продовольчого ринку продукцією власного виробництва;
- інвестування сільськогосподарського машинобудування з виробництва мобільних технічних засобів, у тому числі для “малого” поля, невеликих молочних ферм з міні-цехами для переробки молока та виготовлення широкого асортименту молочної продукції;



- будівництво технічно оснащених зерносховищ у спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах як резервних і для розосередження зберігання продукції за умови її перевиробництва.

Висновки. Вирішення проблеми взаємозалежності попиту й пропозиції на ринку аграрно-продовольчих товарів збільшить ефективність його функціонування і забезпечить найбільш повне задоволення потреб споживачів.

Список літератури

1. Коденська, М. Ю. Цукробурякове виробництво України: проблеми відродження, перспективи розвитку [Текст] / М. Ю. Коденська, П. Т. Саблук. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 390 с.
2. Маршалл, А. Принципы экономической науки [Текст] / А. Маршалл [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1993. – Т. II. – 252 с.
3. Пол А. Даніел. Мікроекономіка [Текст] / Пол А. Даніел, Вільям Д. Нордгауз [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1998. – 675 с.
4. Про фермерське господарство [Електронний ресурс] : Закон України від 19.06.2003 № 793. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=973-15>.
5. Роберт, С. Піндайк. Мікроекономіка [Текст] / Роберт С. Піндайк, Деніел Л. Рубінфелд [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1996. – 645 с.

Summary

The article is devoted to the features of functioning of the agrarian market. The author also proposes the model of organizational mechanism of forming supply and demand on that market.

Отримано 07.02.2011

Махмудов, Х.З. Взаємозалежність попиту і пропозиції на аграрно-продовольчому ринку [Текст] / Х.З. Махмудов // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. - Суми: УАБС НБУ, 2011. - Вип. 31. - С. 213-219.