

Оганесян В. С.
аспірант

Подільського державного аграрно-технічного університету

Oganesyan V. S.
Graduate Student

Podolsk State Agrarian-Technical University

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

ECONOMIC ESSENCE OF MARKET OF PRODUCTS OF STOCK – RAISING

Анотація. У роботі досліджено економічну сутність ринку продукції тваринництва та його основних складових, розглянуто трактування визначних класиків економічної думки, сучасних вітчизняних і зарубіжних учених щодо сутності ринку в цілому. Визначено фактори впливу на попит, значення пропозиції, види цін та умови виникнення та існування конкуренції на ринку продукції тваринництва.

Ключові слова: ринок, продукція тваринництва, попит, пропозиція, ціна, конкуренція.

Вступ та постановка проблеми. Ринок продукції тваринництва є одним з основних елементів продовольчого ринку країни, розвиток якого має велике значення для зростання національної економіки, а також забезпечення населення продуктами харчування. Вивчаючи ринок продукції тваринництва, слід звернути увагу на проблему чисельності поголів'я худоби та птиці, яке порівняно з 2014 р. (234 648,8) у 2015 р. (226 250,3) зменшилось на 8390,5 тис. голів. Зокрема, споживання молока та молокопродуктів на душу населення становить 212 кг при 360 кг рекомендованих, а м'яса та м'ясопродуктів – 53 кг при рекомендованих 85 кг [6]. Тому виникає проблема попиту та пропозиції тваринницької продукції на продовольчому ринку, що істотно впливає на обсяги виробництва, реалізацію і споживання продукції тваринництва на ринку, а вирішення цих проблем повинно стати одним із пріоритетів як товаровиробників, так і держави в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Уперше визначення сутності ринку знайшло своє відображення в працях зарубіжних учених-економістів: В. Джевонса, Р. Дорнбуша, Ф. Енгельса, Дж. Кейнса, А. Курно, К. Маркса, А. Маршалла, А. Пігу, А. Сміта, С. Фішера, Ф. Хайєка, П. Хіла, Р. Шмалензі. Також слід відзначити наукові праці сучасних вітчизняних науковців, які досліджували ринок продукції тваринництва і ринок у цілому: С.П. Азізова, В.Я. Амбросова, В.І. Бойка, М.Й. Маліка, В.Я. Месель-Веселяка, М.В. Місюка, П.Т. Саблука, В.І. Топіхи, О.М. Шпичака та ін. Але, незважаючи на велику кількість наукових праць по даному питанню, дослідження ринку продукції тваринництва не втрачає своєї актуальності.

Метою даної роботи є визначення економічної сутності ринку продукції тваринництва.

Результати дослідження. Щоб дати визначення економічної сутності ринку продукції тваринництва, насамперед потрібно дослідити саме поняття «ринок» і його основні елементи, завдяки яких він функціонує.

Ринок – це найбільш розповсюджена категорія в економічній теорії та практиці. Існує багато тлумачень ринку як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі, у міру розвитку виробництва і обміну це поняття збагачувалося і змінювалося. Спочатку домінувало побутове розуміння поняття «ринок» як синоніма слова «базар» – певної рин-

кової площі, на якій велась роздрібна торгівля. У містах відбуваються численні регулярні ярмарки. Замість терміну «ринок» усе частіше застосовують термін «район торгівлі».

Саме тому французький економіст і математик XVIII ст. А.-О. Курно першим у науковій літературі визначення поняття «ринок» починає з терміну «район». Ринок, на його думку, – це будь-який район, на якому відносини покупців і продавців один з одним настільки вільні, що ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватись [13].

Англійський теоретик В. Джевонс в якості основного критерію ринку висунув «тісноту» відносин між продавцями і покупцями, а сам ринок, на його думку, являє собою групу людей, що вступають у ділові відносини і укладають угоди з приводу будь-якого товару [3, с. 90].

Класична економіка часів А. Сміта XVIII–XIX ст. виходила із максимально обмеженої ролі втручання держави в економіку, тому він розглядав ринок як саморегульовану систему, що найефективніше розподіляє ресурси [8, с. 20]. Сміт також у своїй головній праці зазначав: «Можливість обміну веде до розподілу праці, ступінь останнього завжди повинна обмежуватися межами цієї можливості обміну, або, іншими словами, розмірами ринка. Коли ринок незначний, то ні в кого не може бути сумнівів присвятити себе цілком якомусь одному заняттю з погляду неможливості обміняти весь надлишок продукту своєї праці, який перевищує власні потреби, на потрібні йому продукти праці інших людей» [12].

Засновники неокласичного напрямку А. Маршал, А. Пігу, досліджуючи та розвиваючи ідеї класичної економіки з урахуванням сучасних умов, також заперечують необхідність втручання держави в економіку, розглядаючи ринок як саморегульовану економічну систему, здатну самостійно встановлювати необхідну рівновагу між сукупним попитом і сукупною пропозицією [7, с. 16].

Засновники марксистського напрямку XIX–XX ст. К. Маркс і Ф. Енгельс, досліджуючи систему законів капіталістичного суспільства з позицій робітничого класу, заперечували приватну власність і ринок [7, с. 15].

На противагу неокласикам з'являється одна з провідних сучасних теорій – кейнсіанство, яке виникло в 30-х роках XX ст. Її засновник Дж.М. Кейнс обгрунтував

об'єктивну необхідність активного втручання держави в регулювання ринкової економіки шляхом стимулювання сукупного попиту й інвестицій через проведення певної кредитно-бюджетної політики.

В економічній літературі використовується багато визначень ринку, які в цілому правильно відображають його суть.

Так, американські економісти Массачусетського університету С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі визначають, що ринок являє собою пакет угод, за допомогою яких продавці і покупці товарів і послуг вступають у контакт з приводу купівлі-продажу даних товарів або послуг [16, с. 44].

Британський економіст П. Хіл в одній із своїх статей дав визначення ринку як місця торгівлі, де проявляється санкціонований публічний схід продавців і покупців товарів, зустріч яких відбувається у строго окреслених і визначених границях і наперед зазначений час [17, с. 517].

Лауреат Нобелівської премії з економіки Ф. Хайек визначає ринок як складний передавальний механізм, що дозволяє якомога повніше й ефективніше використовувати інформацію, розпорошену через численних індивідуальних суб'єктів [2, с. 26].

Значно вплинули на розвиток економічної думки XIX – початку XX ст. в Україні вчені-економісти М. Туган-Барановський та професори Н. Бунге, Д. Піхно, А. Антонович, О. Білімович, які розглядали приватну власність на засоби виробництва як природну умову економічного прогресу, визнавали позитивну роль ринку і конкуренції, критикували економічне вчення К. Маркса [4].

У сучасній економічній українській літературі також наведено багато визначень поняття «ринок».

В.Д. Базилевич розглядає ринок як систему економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових і фінансово-кредитних механізмів [6, с. 189].

А.У. Уразов, І.В. Саух, П.В. Маслак під ринком розуміють певне економічне середовище, де відбуваються певні економічні дії (купівля, продаж, інвестування, позика тощо), що здійснюються різними економічними особами (домогосподарствами, фірмами, державою тощо) [14, с. 143].

М.В. Місюк формулює ринок як економічний порядок, при якому різносторонні інтереси виробників і споживачів, що виникають за обмежених ресурсів, вирішується механізмом конкуренції, взаємодією ринкового попиту і ринкової пропозиції [9, с. 12].

Отже, після розглянутих вище трактувань, можна дати таке визначення сутності ринку – це механізм і система регулювання сукупності суб'єктів у певному середовищі, які пов'язані між собою обміном, домовленостями, зв'язками, купівлею і продажем товарів чи послуг, під впливом історичних, технологічних, політичних, економічних та соціальних змін.

Ринок продукції тваринництва також залежить від таких основних елементів, які його формують: попиту, пропозиції, ціни та конкуренції.

Будь-яке дослідження ринку починається з попиту. Це пов'язано з тим, що попит є найбільш ефективним параметром зміни ринкового механізму і проявляється через потреби.

У загальному значенні попит (від лат. *demand*) – це та кількість блага, яку споживач готовий придбати при певному рівні цін у певний період часу [15, с. 34].

На ринку продукції тваринництва поняття «*попит*» проявляється як потреба ринку в асортименті різної тваринницької продукції (м'яса, молока і т. д.), яка здатна задовольнити споживацький спектр за їх купівельною спроможністю протягом певного проміжку часу.

На формування попиту продукції тваринництва впливають такі фактори:

а) доходи споживачів: чим вони вищі, тим вище попит на даний товар;

б) очікування споживачів: якщо вони чекають підвищення цін, при високій інфляції попит може зростати, при очікуванні зниження цін попит може спадати;

в) смаки і уподобання споживачів: чим вони мінливіші, тим більша ймовірність коливання попиту;

г) рівень сервісу: уважні продавці, гарантії тощо ведуть до підвищення попиту;

д) наявність товарозамінників [10];

е) якість продукції;

є) кількість (насиченість) споживачів;

ж) реклама продукції.

Крім споживачів, у процесі обміну беруть участь і виробники (продавці) товарів і послуг, які є пред'явниками пропозиції. На відміну від попиту пропозиція відображає іншу сторону ринкових відносин, якщо попит формується споживачі, то пропозиція – продавці. Пропозиція на ринку є результатом виробництва і відображає бажання виробників продавати свій товар.

У широкому значенні пропозиція (від англ. *supply*) – це сукупність товарів і послуг, які є або в кожен даний момент можуть бути доставлені на ринок, і включає в себе два моменти:

а) готовність продавців до продажу того чи іншого товару або послуги;

б) умови, за яких продавець згоден продати їх [8, с. 64].

Пропозиція на ринку продукції тваринництва проявляється як здатність і своєчасність продавцями (фермерами, господарствами населення, сільськогосподарськими підприємствами) постачати споживачам на ринок тваринницької продукції (м'ясо, молоко і т. д.) у тому обсязі, якого вона потребує, за різними цінами у певний період часу.

Наступним елементом механізму функціонування ринку продукції тваринництва є ціна, одна з основних засад ринкової стратегії. Саме в ній фокусується вся система економічних відносин ринкової економіки та притаманних їй суперечностей.

Ціна – це грошова оцінка товару, що відображає його споживчі властивості (корисність), витрати на його виробництво та інші параметри цінового і нецінового порядку, грошове вираження споживчої вартості та вартості товару [11, с. 168].

Ціна на ринку продукції тваринництва проявляється як вартісна оцінка затрат на виробництво тваринницької продукції (м'ясо, молоко і т. д.) за його якісними та корисними властивостями.

Розрізняють такі види цін на ринку продукції тваринництва:

1) оптові – це ціни, за якими реалізується промислова продукція та які функціонують у відносинах між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами, а також цих підприємств з оптово-торговельними організаціями;

2) роздрібні – це ціни, за якими цінами товари реалізуються населенню.

3) закупівельні – за такими цінами закуповується сільськогосподарська продукція державою;

4) особливі ціни (тарифи) – це ціни, за допомогою яких ведуться розрахунки за різні послуги як виробничого, так і споживчого призначення;

5) міжнародні тарифи – це система митних ставок на товари, що перевозяться через кордон, і міжнародні послуги на основі міжнародних угод;

6) національні – це ціни, що діють у межах національного ринку;

7) світові – це ціни, що діють у межах світового ринку;

8) біржові – це ціни, за якими реалізуються товари на біржах;

9) вільні – у ринковій економіці ціни встановлюються фірмами самостійно [8, с. 75].

Однією з визначальних рис міжнародної економіки є те, що економічні взаємовідносини її суб'єктів (виробників та продавців) проявляють себе у наступному важливому елементі – конкуренції, яка є фундаментом існування ринкової системи господарювання.

Поняття «конкуренція» (від лат. *concurrere* – «зіштовхуватися») своє більш конкретне відображення знаходить у такому тлумаченні: це економічне суперництво між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів та послуг із метою отримання якомога більшого прибутку [7, с. 233].

Згідно із Законом України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», конкуренція визначається як змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, яких потребує споживач [1].

Конкуренція на ринку продукції тваринництва проявляється як ситуація та процес суперництва між виробниками, продавцями тваринницької продукції (м'яса, молока, і т. д.), надаючи їм нового товарного вигляду (змінюючи якість) при їх реалізації на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Основними особливостями умовами виникнення та існування конкуренції на ринку продукції тваринництва є:

- велика кількість виробників;
- жоден виробник не володіє контролем ціни;
- виробники не володіють неціновими перевагами;

– великий об'єм ринку;

– попит володіє великою еластичністю, тому збільшення ціни призводить до переключення споживчого вибору на товари іншого виробника [5, с. 75];

– свобода виробників щодо вибору господарської діяльності;

– абсолютно вільний доступ економічних суб'єктів до ринку і такий самий вільний вихід із нього;

– певна відповідність між попитом і пропозицією;

– відсутність надвиробництва і дефіциту;

– абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів;

– відсутність угод між постачальниками та споживачами ресурсів, які можуть обмежити конкуренцію;

– наявність у кожного учасника конкуренції повної інформації про попит, пропозицію, ціни, норму прибутку тощо [7, с. 234].

Висновки. Виходячи із вищевикладених визначень, досліджень сутності ринку та його основних елементів (попиту, пропозиції, ціни конкуренції) і використовуючи та порівнюючи їх у контексті вивчення ринку продукції тваринництва, можна сформулювати таке трактування: ринок продукції тваринництва – це один із важливих елементів продовольчого ринку країни і в цілому в АПК, на якому відбувається реалізація тваринницької продукції (м'яса, молока і т. д.) шляхом обміну, купівлі та продажу, домовленості, зв'язків між суб'єктами, які займаються господарською діяльністю, під впливом попиту, пропозиції, ціни та конкуренції з метою отримання прибутку.

Формування ринку продукції тваринництва, особливо в умовах кризи, – важлива функція держави, яка має забезпечувати створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки, централізовані державні закупівлі потрібної кількості тваринницької продукції та продуктів її переробки.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2132-12>.
2. Косік А.Ф., Гронтковська Г.Е. Мікроекономіка: [навч. посіб.] / А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська; 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Цент учбової літератури, 2008. – 438 с.
3. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка): [навч. посіб.] / Л.В. Білецька, О.В. Білецький, В.І. Савич; 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.
4. Виникнення економічної теорії і основні етапи її розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.if.ua/books/61.html>.
5. Голиков М.Н. Мікроекономіка: [учеб.-метод. пособ. для вузов] / М.Н. Голиков. – Псков: ПГПУ, 2005. – 104 с.
6. Тваринництво України 2014. Статистичний збірник. – К., 2015. – 211 с.
7. Економічна теорія: Політекономія: [підручник] / За ред. В.Д. Базилевича; 6-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2007. – 719 с.
8. Економічна теорія: [навч. посіб.] / В.С. Костюк, А.М. Андрющенко, І.П. Борейко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 282 с.
9. Місюк М.В. Ринок продукції скотарства: [монографія] / М.В. Місюк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 330 с.
10. Попит. Види попиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/395-popit-vidi-popitu.html>.
11. Рибалкін В.О. Економічна теорія. Ринкова система господарювання / В.О. Рибалкін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.if.ua/books/67.html>.
12. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Наука, 1993. – Т. 1. – 569 с.
13. Сутність ринку. Його формування та розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://otherreferats.allbest.ru/economy/00106870_0.html.
14. Основи економічної теорії: [навч. посіб. для студ. неекон. спец. вищ. навч. закл. III–IV рівнів акред.] / А.У. Уразов, І.В. Саух, П.В. Маслак. – Житомир, 2004. – 314 с.
15. Уфінцева О.Ю. Мікроекономіка. Курс лекцій: [підручник] / О.Ю. Уфінцева. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – 172 с.
16. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи; пер. со 2-го англ. изд. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 864 с.
17. Экономическая теория / Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; пер. с англ.; науч. ред. чл.-кор. РАН В.С. Автономов. – М.: ИНФРА-М, 2004. – XII, 931 с.

Аннотация. В работе исследована экономическая сущность рынка продукции животноводства и его основные составляющие, рассмотрена трактовка выдающихся классиков экономической мысли, современных отечественных и зарубежных экономистов относительно сущности рынка в целом. Определены факторы влияния на спрос, значение предложения, виды цен и условия возникновения и существования конкуренции на рынке продукции животноводства.

Ключевые слова: рынок, продукция животноводства, спрос, предложение, цена, конкуренция.

Summary. In the article investigational economic essence of market of products of stock-raising and him basic constituents and interpretation of the prominent known classics of economic idea, modern domestic and foreign scientists of economists, is considered in relation to essence of market on the whole. Certainly factors of influence on demand, value of suggestion, types of prices and condition of origin and existence of competition at the market of products of stock-raising.

Key words: market, products of stock-raising, demand, suggestion, price, competition.