

досліджуваному підприємству підвищити рентабельність шляхом зменшення собівартості продукції, а саме: соняшнику, кукурудзи на зерно, озимої пшениці, ярого ячміню та цукрових буряків. Ця стратегія передбачає передусім вирівнювання обсягу продажу, прибутку та інших найбільш важливих показників ефективності підприємницької діяльності з наступним їх підвищенням.

Стратегію стабілізації спрямовано на досягнення раннього вирівнювання обсягу продажу та прибутків з подальшим підвищенням, тобто із переходом до наступного етапу зростання. Залежно від швидкості падіння підприємство може використовувати один з трьох найімовірніших підходів:

- економія з чітким наміром швидкого поживлення;
- зрушення в тривалому спаді з меншими надіями на швидке поживлення;
- стабілізація, при необхідності довгострокових програм задля досягнення збалансованого стану підприємства над ринком.

Основні стратегічні висновки, отримані в результаті проведеного аналізу становища підприємства повинні містити також основні напрямки подальшого розвитку фірми.

Якщо мета визначає те, до чого прагне організація, що вона хоче одержати в результаті своєї діяльності, то стратегія дає відповідь на питання, яким чином, за допомогою яких дій вона зуміє досягти своєї мети в умовах мінливого конкурентного оточення.

Таке розуміння виключає визначеність у поведінці організації, тому що стратегія, допомагаючи просуватися у бік кінцевого стану залишає право вибору в ситуації, що змінюється.

#### Література:

1. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством/ Довгань Л.Є., Мохонько Г.А. //Актуальні проблеми економіки. – 2010. - С.118.
2. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва/ Кашуба Я.М.// Економіка та держава. – 2011. - №9.– С.16.
3. Власенко Т.В. Оптимізація виробничої структури організацій аграрного профілю як один з напрямків їх ринково-підприємницької трансформації// Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції.- Харків: ХНТУСГ, 2011.- С.184-190.
4. Електронне джерело:  
<http://library.if.ua/book/23/1723.html>

## МОДЕЛЬ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ

**БУРОВА О. Ю.**

*Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка*

**Науковий керівник – к.е.н., доцент  
Шибасєва Н. В.**

Розвиток економічної системи передбачає взаємодію економічних суб'єктів. В економічній системі, що заснована на ринкових принципах, координація, узгодження економічних рішень здійснюються у процесі формування попиту та пропозиції. Тому визначення теоретичних аспектів попиту та пропозиції, а також можливості їх застосування на практиці на різних ринках не втрачають актуальності.

Питання, пов'язані із дослідженням фундаментальних складових ринкового механізму, висвітлювалися у працях науковців як теоретичного, так і прикладного напрямів економічної науки. Необхідно згадати роботи наступних вчених А. Маршалла, В. Леонтєва, Д. Стігліца та інших.

Проте, мінливість економічної кон'юнктури, особливості функціонування різних ринків, обумовлюють необхідність подальших досліджень ринкового механізму.

Метою даної статті є визначення теоретичних аспектів попиту та пропозиції та аналіз за допомогою цих категорій ситуації на ринку соняшникової олії.

Попит і пропозиція — економічна модель, що описує процес встановлення рівноважної ціни та рівноважного обсягу виробництва. Ця модель вводить терміни попиту та пропозиції в якості універсальних характеристик ринку та доводить, що, за умов певних припущень, ці характеристики урівноважуються та приводять до встановлення певної рівноважної ціни на даний товар. При цьому попит — представлена на ринку платоспроможна потреба в товарах, а пропозиція — кількість товару, який є на ринку або може бути доставлений на нього у певний момент часу. Висновок моделі про встановлення ринкової рівноваги відповідає поведінці великого числа ринків та вважається важливим економічним законом [1].

Закон попиту — величина (обсяг) попиту зменшується у міру збільшення ціни товару. Математично це означає, що між величиною попиту і ціною існує обернена залежність (проте не обов'язково у вигляді гіперболічно представлено формули

( $y=a/x$ ). Тобто підвищення ціни викликає зниження величини попиту, зниження ціни викликає підвищення величини попиту.

Природа закону попиту наступна. Якщо у покупця є певна сума грошей на придбання даного товару, то він зможе купити тим більше товару, чим менше ціна і навпаки. В цілому закон попиту відображає головну тенденцію — згортання обсягу закупівель зі зростанням ціни на товар в умовах, коли грошові можливості покупця обмежені.

Нецінові фактори, які впливають на попит:

- рівень доходів у суспільстві;
- розміри ринку;
- мода, сезонність;
- наявність товарів-субститутів (замінників);
- інфляційні очікування.

Крива попиту показує вірогідну кількість товару, який будуть купувати за певний час та за певною ціною. Еластичність попиту — це реакція ринку на відсутність товару, можливість його заміни, ціну конкурентів, пониження цін, небажання покупців змінювати свої споживчі звички і шукати дешевші товари, підвищення якості товарів, та інші чинники.

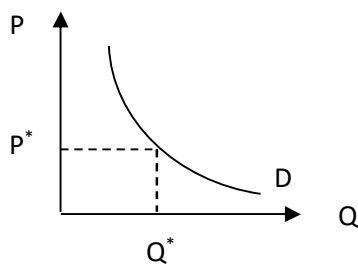


Рис. 1. Крива попиту

Закон пропозиції — при інших незмінних чинниках величина (обсяг) пропозиції збільшується у міру збільшення ціни на товар.

Зростання величини пропозиції товару при збільшенні його ціни обумовлене тією обставиною, що при незмінних витратах на одиницю товару із збільшенням ціни росте прибуток і виробники (продавці) стає вигідним продати більше товару. Реальна картина на ринку складніша за цю просту схему, але виражена у ній тенденція має місце.

До основних нецінових факторів пропозиції відносяться:

- ціни на взаємозамінні і взаємодоповнюючі товари;
- очікування зміни ринкової ситуації;
- податки та дотації;

- число продавців на ринку;
- цілі фірми.
- ціни на ресурси, що використовуються у виробництві аналізованого товару;
- рівень технології виробництва;

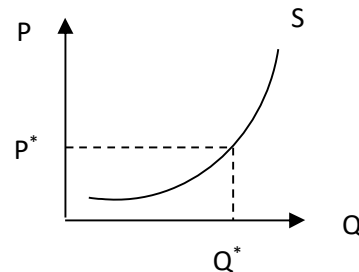


Рис. 2. Крива пропозиції

Ринкова рівновага встановлюється у результаті взаємодії попиту та пропозиції. Процес встановлення ринкової рівноваги досліджується як за допомогою динамічної моделі, так і за допомогою метода порівняльної статистики.

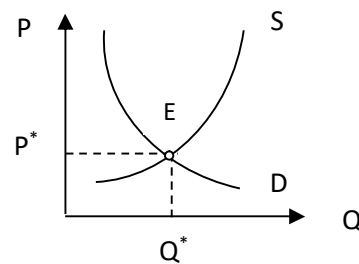


Рис. 3. Ринкова рівновага

Практичне застосування моделі попиту і пропозиції при аналізі сільськогосподарської продукції ми пропонуємо розглянути на прикладі ситуації на ринку олійного насіння та олії у 2013/14 рр.

Соняшник є основною олійною культурою України та належить до трійки найвирощуваніших олійних культур у світі. Виробництво соняшнику у 2013/14рр. збільшилося до 43,3 млн т, тобто перевищило показник попереднього сезону на 19%. Зростанню виробництва сприяло підвищення врожайності та розширення посівних площ. У 2015 році врожайність очікується понад 1,7 т/га, що на 18% більше від попередньої. Посівна площа під культурою становить 25 млн га, що на 1% перевищує показник минулого сезону [3].

В Україні згідно з даними експертів, попит на соняшник нового врожаю на внутрішньому ринку,

залишається стабільно високим. Хоча темпи збиральної кампанії значно прискорилися завдяки сухій погоді, все ж переробники відчували нестачу сировини.[4].

Отже, можна зробити висновок, що на попит впливали наступні фактори: ціна насіння соняшнику, ємність ринку, сезонність, наявність товарів-субститутів, у той час на пропозицію впливали: урожайність технології виробництва, число продавців на ринку, зміна цін на ресурси, очікування підприємців.

Ринкова рівновага на реальному ринку олії була забезпечена внаслідок як дій споживачів, так і внаслідок дій виробників.

#### Література:

1. Горошко М.Ф., Кулішов В. В. Мікроекономіка: Навчальний посібник – К.: Ельга, 2003. [1]
2. Мочерний С. В., Довбенко М. В. Економічна теорія: Підручник — К.: Видавничий центр «Академія», 2004 [2]
3. Пропозиція на соняшник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://propozitsiya.com/?page=146&itemid=4554> [3]
4. Попит на соняшник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/popit-nasnasnik-stabilno-visokij> [4]

### МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА КУКУРУДЗИ

**ВАСЮТИН Н. І.**

*Харківський національний технічний університет сільськогосподарства імені Петра Василенка*

**Науковий керівник – ст. викладач**

**Острервх О. В.**

Виробництво продукції зернових культур займає важливе місце у виробництві сільськогосподарської продукції. Найбільшу питому вагу в структурі посівних площ та валових зборів продукції займають зернові порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Зернове господарство посідає базове місце у сільськогосподарському виробництві України та гарантує її продовольчу безпеку.

Кукурудза – одна з давніх землеробських культур. Вона є однією з найбільш продуктивних злакових культур універсального призначення, яку вирощують для продовольчого, кормового і технічного призначення.

Виробництво зерна кукурудзи має важливе

народногосподарське значення, тому ефективність виробництва, яка визначається за певними показниками, дає змогу оцінити реальний стан виробництва, таким чином спонукає шукати новітні шляхи її підвищення – це є важливим завданням і актуальним питанням на сьогодні. Зважаючи на це, кукурудза належить нині до однієї з культур, які стали найвигіднішими для сільськогосподарського виробництва. Їхні переваги – широкий ринок збуту і позитивна економіка виробництва. Особливо відчутно це щодо кукурудзи: за рахунок впровадження нових її гібридів і значно ефективніших технологій аграрії отримують високі врожаї і валові збори зерна. Наприклад, минулого року було зібрано 22,78 млн. т зерна кукурудзи з площі посіву близько 3,54 млн. га за середньої врожайності 6,43 т/га [1].

Проблема розвитку зернового господарства має бути в центрі уваги міжгалузевого управління, якого на сьогодні не існує. Метою такого втручання держави є розробка концепції її основних заходів щодо реалізації програми стабільного нарощування виробництва зерна кукурудзи, докорінного поліпшення його використання і створення експортноорієнтованих моделей зернового господарства [2].

Економічна ефективність — це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Тому існує система показників, яка допомагає визначити її.

При оцінці економічної ефективності виробництва зерна в господарствах і підприємствах необхідно правильно визначити систему взаємопов'язаних показників, які повинні найбільш об'єктивно відображати її рівень. З цією метою широко використовуються як натуральні, так і вартісні показники виходу продукції з урахуванням її якості, які є вихідними при визначенні економічної ефективності виробництва зерна. До натуральних відносять такі показники як: кількість і якість продукції. Щодо вартісних, до них належать: валова, кінцева, товарна, реалізована та чиста продукція [3].

Система показників економічної ефективності виробництва зерна включає такі показники, як урожайність, продуктивність праці, собівартість, ціна реалізації, рівень рентабельності.

Урожайність – найважливіший результативний показник землеробства. Рівень урожайності відображає вплив економічних і природних умов, а також якість організаційно - господарської діяльності сільськогосподарських культур, її визначають на 1 га. Для зернових культур важливе значення має показник урожайності, що характеризує чистий збір на 1 га