

Трофімова Ганна, Ситник Валерій, Семисал Анна. Теоретичні основи формування ринку насіння зернових культур. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2022. Випуск 3-4. С. 86-94.

DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2022.03-04.086>

УДК 339.13.01:631.53:633.1  
JEL: L10, Q13, O13

**Трофімова Ганна**

к. с.-г. наук, доцент

Український інститут експертизи сортів  
м.Київ, Україна

**E-mail:** [trofimova\\_av@ukr.net](mailto:trofimova_av@ukr.net)

**ORCID:** 0000-0001-6003-880X

**Ситник Валерій**

науковий співробітник

Український інститут експертизи сортів  
м.Київ, Україна

**E-mail:** [svg\\_uiecr@ukr.net](mailto:svg_uiecr@ukr.net)

**ORCID:** 0000-0003-2016-9228

**Семисал Анна**

науковий співробітник

Український інститут експертизи сортів  
м.Київ, Україна

**E-mail:** [semysalanna@ukr.net](mailto:semysalanna@ukr.net)

**ORCID:** 0000-0002-5918-4233

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ НАСІННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

### **Анотація**

**Вступ.** Зерно для нашої держави – стратегічна ринкова продукція та є серйозним джерелом грошових надходжень. Згідно з науковими дослідженнями, реальні обсяги виробництва зерна можуть бути набагато вищими за умови стабілізації землекористування та впровадження інтенсивних технологій.

Наша країна, враховуючи її природний потенціал, може й має виробляти набагато більше зерна. Одним із факторів нарощування валового виробництва зерна є забезпечення товаровиробників насінням високоврожайних сортів.

**Методи.** У процесі дослідження використовувалися такі методи: порівняльного аналізу – для зіставлення даних, визначення зміни показників ринку в часі та просторі; абстрактно-логічний – з метою формування припущень, гіпотез, а також висновків і узагальнень; аналізу та синтезу – при оцінюванні стану об'єкту дослідження та обґрунтуванні пропозицій щодо його покращення і забезпечення повноцінного розвитку в подальшому.

**Результати.** Ринок є системою суспільних відносин, заснованих на зіставленні попиту та пропозиції та абсолютно вільним бути не може. Як і в інших сферах економіки, ринкові відносини підлягають науково-обґрунтованому управлінню через такі важелі, як ціна, податок, фінанси, кредит тощо. Таким чином, попит та пропозиція – це дві специфічні категорії, які ілюструють взаємодію виробництва та споживання в умовах ринкової економіки.

Ціна на насіння є найбільш точним та універсальним показником економічного стану на ринку насіння

зернових культур. Система ціноутворення на насіння зернових культур та попит на них знаходяться у прямій залежності від цін на товарне зерно цих культур та попиту на зерно.

**Перспективи.** В умовах повоєнного відродження аграрної економіки України буде спостерігатися зростання попиту на насіння зернових культур. В даному випадку повинні бути використані важелі державного захисту виробників вітчизняної продукції насінництва.

**Ключові слова:** ринок, попит, пропозиція, насінництво, зернові культури.

### **Вступ.**

Зерно для нашої держави – стратегічна ринкова продукція та є серйозним джерелом грошових надходжень. Згідно з науковими дослідженнями, реальні обсяги виробництва зерна можуть бути набагато вищими за умови стабілізації землекористування та впровадження інтенсивних технологій.

Наша країна, враховуючи її природний потенціал, може й має виробляти набагато більше зерна. Одним із факторів нарощування валового виробництва зерна є забезпечення товаровиробників насінням високоврожайних сортів. Відомо, що підвищення урожайності сільськогосподарських культур до 40% залежить від використання насіння високопродуктивних сортів.

Тим не менш, кризова ситуація в аграрному секторі країни негативно позначилася на галузі насінництва, ознаками цього є: зниження виробництва насіння, різке падіння попиту на нього, високі ціни, невідповідність матеріально-технічної бази та ін.

Нині головним чинником регулювання взаємовідносин між виробником та споживачем стає ринок. У ринкових умовах збільшенню виробництва високоякісної продукції, підвищенню ефективності роботи товаровиробників різних форм власності та господарювання сприятиме удосконалення існуючих та розробка нових механізмів функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Формування ринку насіння зернових культур, що забезпечує збільшення виробництва зерна – не лише економічна проблема. Вона має важливе та соціальне значення, в основі якого лежить комплексне дослідження попиту, пропозиції та ціни.

### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Теоретичні та практичні питання формування ринків продукції сільськогосподарської продукції та продовольства і функціонування їх суб'єктів досліджувалися у працях таких вчених як Баланюк І.Ф., Білик В.О., Бородіна О.М., В'юн В.Г., Геєць В.М., Зіновчук В.В., Калюжна О.В., Карич Д.Я., Клочан В.В., Коваленко Ю.С., Макаренко П.М., Мармуль Л.О., Милованов Є.В., Перегуда В.П., Саблук П.Т., Червен І.І., Худолій Л.М., Шпичак О.М., Щур М.І., Юрчишин В.В. та ін. Розвитку насінництва зернових культур приділили увагу Бакай С.С., Омеляненко Г.І., Пазій І.П., Шакієв А.А. та ін. Проте функціонуванню ринку насіння зернових культур та підвищенню економічної ефективності діяльності насінневих підприємств в умовах ринкової економіки достатньої уваги не приділено.

### **Методологія дослідження.**

У процесі дослідження використовувалися такі методи: порівняльного аналізу – для зіставлення даних, визначення зміни показників ринку в часі та просторі; абстрактно-логічний – з метою формування припущень, гіпотез, а також висновків і узагальнень; аналізу та синтезу – при оцінюванні стану об'єкту дослідження та обґрунтуванні пропозицій щодо його покращення і забезпечення повноцінного розвитку в подальшому.

### **Мета.**

Метою дослідження є розробка на основі узагальнення дослідження науковців теоретичних основ функціонування ринку насіння зернових культур.

**Результати.**

Незважаючи на велике значення проблеми забезпечення високоякісним насінням товаровиробників зерна, її дослідження у нових умовах розвитку агропромислового виробництва недостатньо. Тому нинішня ситуація, що склалася на насінницькому ринку, потребує пошуку науково-обґрунтованих шляхів виходу із кризи.

Для успішного функціонування ринку необхідно, щоб усі елементи ринкового механізму перебували у тісному взаємозв'язку та взаємодії. Найголовнішими елементами функціонування ринкового механізму є попит та пропозиція. Крім того, вони є рушійною силою ринкової економіки і завдяки їм визначається кількість вироблених товарів, поведінка покупців, а також ціна, за якою продають товар. За словами професора Гарвардського університету Н. Грегорі Менкью, економікою правлять 2 типи законів: попиту та пропозиції та закони, які встановлює уряд [1].

Американський економіст П. Самуельсон писав: «Сільське господарство, це сфера важливих проблем... Ніхто, мабуть, зможе зрозуміти головних аспектів у цій галузі, не розібравшись спочатку в основних економічних поняттях пропозиції і попиту» [2].

У роботах К.Маркса попит визначається як пред'явлена ринком потреба у товарах [3]. Відповідно до формулювань Пурігі І. П., попит - це представлена ринком платоспроможної потреби на товари, форма прояви потреб суспільства на товарах [4].

На величину попиту товар впливають - ціна, доходи покупців, ємність ринку, ціна товарів-замінників і смаки (переваги) покупців. Попит формується під впливом розвитку, життєвого рівня населення, соціальних, національних, географічних та інших умов [5]. Залежність обсягу попиту від чинників, що його визначають, економічної теорії називається функцією попиту. За умови, якщо всі названі фактори, крім ціни цього товару, залишаються постійними, кожному рівню ціни відповідатиме певний обсяг попиту на сільськогосподарську продукцію.

Свого часу П. Самуельсон обґрунтував закон поступової зміни попиту: якщо ціна будь-якого товару підвищується (за всіх інших незмінних умов), то попит на нього зменшуватиметься; якщо ж на ринок надходить більша кількість товару, то за інших постійних умов він може бути реалізованим за нижчою ціною. Вчені у своїх роботах пояснюють його так: нижчі ціни залучають нових покупців; кожне зниження ціни спонукає споживачів товару додаткову купівлю; тоді як її підвищення може позбавити покупців можливості здійснювати покупки в колишніх розмірах [2].

Причинами зниження попиту, у разі підвищення цін, є: зі збільшенням ціни товару його прагнуть замінити аналогічним; коли ціни зростають, люди стають біднішими і споживають окремі товари в меншій кількості.

У трактуванні Самуельсона еластичність попиту - поняття, яке характеризує рівень реакції кількості реалізованої продукції на коливання ринкової ціни. Воно визначається відносними змінами і залежить від цього, у яких одиницях вимірюються кількість і вартість. За визначенням вітчизняних вчених-економістів, еластичність попиту – це ступінь кількісної зміни попиту на зміну цін [2].

Для аграрного сектору характерна одна особливість – це цінова еластичність попиту на продукти сільського господарства. Цінова еластичність попиту - це кількісне відображення реакції споживачів на зміну ціни на товар, а простіше це означає, що споживачі менше купують товарів при зростанні цін на них, і навпаки, купують їх більше за зниження цін.

Економісти визначають та характеризують три види попиту, ступінь еластичності якого істотно впливає на економічний стан підприємства. Перший - еластичний попит, - коефіцієнт еластичності, він показує, наскільки зміниться обсяг продажу товару за зміни ціни відсотків. При цьому попит невеликі зміни в ціні на товар ведуть за собою вагомі зміни обсягом їх продажу. Механізм дії буде таким:

- підвищення ціни призведе до скорочення грошового доходу, оскільки зростання ціни не компенсує втрат від зниження обсягу продажу;
- зниження ціни призведе до збільшення грошового виторгу, оскільки за рахунок цієї умови більше товару продається, і це дає можливість компенсувати втрати від зниження ціни.

Другий - пропорційний (поодинокий) попит. Обсяг продажу змінюється пропорційно до змін в ціні. При цьому грошовий дохід від зниження або підвищення ціни не змінюється, оскільки втрата виручки внаслідок зменшення продажу товару через зростання ціни компенсується додатковим доходом такого зростання, а при зниженні ціни втрата виручки компенсується збільшенням продажу товару.

Третій - нееластичний попит. Для нього характерні невеликі зміни в обсязі продажу навіть за суттєвих змін в ціні:

- підвищення ціни визначає збільшення грошової виручки, оскільки прибуток від зростання ціни перевищить втрати від зменшення обсягу продажу товару;

- зниження ціни веде до зниження грошової виручки, оскільки обсяг продажу мало зміниться і це компенсує втрат від зниження ціни. Проаналізувавши види цінової еластичності, можна дійти невтішного висновку, яка сільськогосподарська продукція (зокрема й насіння) належить саме до третьої групи товарів із щодо нееластичним попитом. За даними американських учених, коефіцієнт еластичності на цю продукцію, розрахований як відношення відсоткової зміни обсягу реалізованої продукції до відсоткової зміни ціни на неї, становить лише 0,200,25. Це означає, що споживачі збільшать рівень придбання сільськогосподарської продукції на 5%, лише тоді, коли ціна на неї знизиться на 20-25% [6].

Відносна нееластичність попиту продукцію сільського господарства є наслідком дії кількох чинників. Серед основних - фактор заміщення, коли при підвищенні цін на один товар, споживач може купити інший товар, задовольнивши їм ту саму потребу, за умови, якщо ціна на останній не змінилася або зменшилася. Але таке заміщення на продовольчі товари дуже обмежене у зв'язку із біологічними властивостями людського організму. Нееластичність попиту на насіння зернових культур сприяла вітчизняним насінникам навіть протягом інфляційного періоду формувати ціни на них пропорційно до зростання всіх елементів собівартості, даючи можливість отримувати заплановану норму прибутку. Але, якщо зловживати нееластичністю попиту на насіння, підтримуючи високі ціни та не враховуючи конкурентне середовище, то насінневі господарства можуть просто втратити потенційних споживачів, які стануть відповідно менш платоспроможними.

Попит та пропозиція перебувають у діалектичній залежності, яка полягає в тому, що пропозиція формує попит через асортимент виготовлених товарів, запропонованих послуг та їх ціни, а попит визначає обсяг та структуру пропозиції, впливаючи при цьому на виробництво. «Пропозиція - це сукупність товарів та послуг на ринку, які мають певну ціну, за яку їх готові продати виробники; кількість товарів запропонованих для реалізації на ринку у відповідний момент чи час». У ринковому середовищі діє закон пропозиції, який показує залежність пропозиції від ціни: підвищення ціни товару зумовлює зменшення обсягів його пропозиції і навпаки. «Обсяг пропозиції визначається максимальною кількістю товарів, яку можуть запропонувати продавці за цією ціною, за умови сталості всіх інших факторів пропозиції». [2]

За останні роки різко скоротилися справжній попит та пропозиція на ринку насіння. Причому темпи зниження попиту значно перевищили зменшення пропозиції. Це сталося через зменшення реального доходу значної кількості сільськогосподарських підприємств.

Попит на насіння зернових культур знаходиться у прямій залежності від попиту на зерно та продукти його переробки, тобто на потреби населення у хлібобулочних, круп'яних виробках, спиртові, тощо. Можна відзначити, що попит на насіння визначається низкою загальних факторів: споживчим призначенням товару, існуючою ціною на товар, платоспроможністю покупців, можливим обсягом споживання продукту, наявністю взаємозамінного товару, його корисністю; а також залежить від багатьох специфічних факторів: від рівня забезпеченості власним насінням, від розміру посівних площ, від розміру доходу споживачів, від рівня цін на насіння, від сортової категорії насіння, від географічного середовища, від реклами тощо. Отже, попит має залежність обсягів реалізації насіння від факторів, які формують реальні потреби у насінні на певному часовому проміжку.

Фактично можна сказати, що галузь насінництва – це сфера формування пропозиції насіння зернових культур. Ринкова функція виробництва насіння полягає у пропозиції сортів та насіння зернових культур, їх розмноженні, зберіганні, обробці та продажу споживачам.

Для сільського господарства факторами, що впливають на пропозицію насіння, є: організація виробництва; продуктивність посівного матеріалу; ціни на засоби хімічного захисту; родючість ґрунтів та погодні умови; урожайність певної культури; розвиток інфраструктури ринку, грошової та кредитно-податкової політики держави.

У несприятливі роки пропозиція сільськогосподарських товарів зменшується проти нормальними умовами, а сприятливі за погодними умовами роки - відповідно зростає. На ринку насіння зернових культур є сезонні коливання обсягів попиту та пропозиції, цін на насіння. Пропозиція насіння стабілізує попит, завдяки тому, що насіння може зберігатися протягом декількох років у сховах.

Збалансованість попиту та пропозиції, їх рівновага досягається за умови, якщо будуть реалізовані всі пред'явлені на ринку товари, буде здійснено повну реалізацію коштів населення, які були передбачені для купівлі товарів та оплати послуг, задоволення потреб населення країни за кількістю, якістю та асортиментом запропонованих товарів. На ринку насіння це означає: для споживачів насіння - отримання певної кількості товару "насіння зернових культур" за бажаною ціною, а для виробника насіння - збут бажаної кількості насіння за оптимальною ціною. У такій ситуації існує єдина точка, в якій задовольняється як потреба споживача придбати товар, так і бажання виробника продати його. І, саме у цій точці, крива попиту і крива пропозиції перетинаються, і називають її точкою рівноваги, тобто. досягається ціна рівноваги. За таких умов немає ні дефіциту, ні профіциту пропозиції і, як результат, немає тиску на ціну.

Такий ринок певний час перебуває у стані рівноваги. «Рівновага і співвідношення між попитом і пропозицією є своєрідним індикатором збалансованого та пропорційного розвитку суспільного виробництва, обміну та поділу праці у сфері матеріального та нематеріального виробництва, безпосередньо процесу суспільного відтворення матеріальних та духовних благ [7]».

Будь-яка зміна в ціні чи кількості насіння веде до розбалансованості ринку, настає або дефіцит чи надвиробництво, які ведуть до негативних наслідків. Напрями змін у цінах та обсягах реалізації відповідно до змін попиту та пропозиції відображаються в законі попиту та пропозиції. Він висловлює взаємозалежність між кількістю товарів та послуг, які хоче купити споживач, та обсягом товарів та послуг, які на даний час пропонує виробник. Дія цього закону залежить від рівня цін: що вища ціна на товар, то менше його буде реалізовано і навпаки.

Відзначаємо, що попит - форма прояви потреб суспільства, але ці потреби, які забезпечені грошима, тобто. це платоспроможний попит. Пропозиція - це теж не лише виробництво, а це ті товари, які або вже є на ринку, або можуть бути доставлені туди. Співвідношення попиту та пропозиції на ринку насіння, що ілюструють взаємодію виробництва та споживання в умовах ринкової економіки, характеризує кон'юнктуру ринку насіння, а оптимальне співвідношення між ними означає рівноважний взаємозв'язок між попитом та пропозицією: коли кількість насіння, яке має бажання придбати, відповідає кількості насіння, які хочуть продати продавці. А саме ринкова рівновага свідчить про збалансованість розвитку насінневого ринку.

Найбільш точним та досить універсальним показником економічного стану на ринку, його барометром є ціна. У ній, як у фокусі, відображається співвідношення попиту і пропозиції, рівень витрат, інфляція, монополізація ринку та ін. [8].

Ринок - це, по суті, система цін, що дає об'єктивну інформацію про стан економіки нашої країни та безпосередньо визначає дію сільськогосподарських підприємств. Вони постійно враховують рівень та динаміку цін на засоби виробництва, витрати на оплату праці та ціни, за якими буде реалізована сільськогосподарська продукція. Система цін на насіння має характеризуватись стабільністю та гнучкістю. Але, при цьому, стабільність цін означає не їхню незмінність, а відповідну гарантію сільськогосподарським підприємствам щодо відшкодування

витрат виробництва та отримання прибутку.

У світовій та вітчизняній практиці система ціноутворення на насіння зернових культур залежить від цін на товарне зерно цих культур. Інакше кажучи, ціна на зерно є мінімальним кордоном ціни на насіння. Якщо змінюватиметься попит та ціна на товарне зерно, це призведе до змін попиту та цін на насіння.

Нині спостерігається тенденція спаду з кожним роком попиту на насіння високих репродукцій, яка пов'язана з недосконалістю цінового механізму та призводить до небажаних наслідків у насінництві. Виробники наперед не прогнозують і не встановлюють необхідну кількість насіння для реалізації (не укладаються вчасно договори із споживачами).

Для стимулювання розширеного сільськогосподарського виробництва необхідно використовувати систему регульованих цін (цільових, закупівельних, захисних тощо). Механізм дії цінового регулювання - це, з одного боку, підтримка певного паритету цільових, закупівельних цін, з другого - ринкових цін. У міру збільшення рівня цільових цін держава стимулює ринкові ціни, забезпечуючи цим доходи сільськогосподарських товаровиробників за рахунок споживачів. Зменшуючи цільові ціни, державні органи сприяють зниженню ринкових цін, а також впровадженню бюджетних пільг та надбавок для компенсації надлишків сільськогосподарським товаровиробникам.

Таким чином, політика ціноутворення має бути гнучкішою, своєчасно реагувати на зміни ринку, використовувати комплексні заходи встановлення цін з орієнтацією на попит, рівень цін конкурентів, витрати на бажаний прибуток.

Удосконалення ринкових відносин - це кардинальна зміна структури різних аграрних формувань, здатних виробляти продукцію високої якості з порівняно низькими витратами, і навіть із високої конкурентоспроможністю. Механізм ринкової економіки вимагає від виробників та споживачів постійного дослідження та швидкої реакції на зміну ринкової ситуації. Підприємства, які не здатні забезпечити прибуток від продажу своєї продукції за рівноважною ціною, усуваються з ринкової арени. Підприємства, які перемагають у ціновій конкуренції, здатні прибутково реалізувати вироблений товар при зниженні рівноважної ціни, виходять переможцями у конкурентній боротьбі та продовжують розвивати підприємницьку діяльність. Пасивна позиція як виробника, так і споживача несумісна з принципами сучасної ринкової економіки.

Під конкурентоспроможністю товару розуміють сукупність чинників, що забезпечують йому перевагу над ринком, сприяє успішному збуту за умов конкуренції. Це характеристика товару, у якій виділяються його відмінності як із відповідністю конкретної потреби, і витратами її задоволення; узагальнюючий вплив продуктивності праці, рівень використання досягнень науки та техніки та розміру прибутку [9]. До основних факторів, що визначають конкурентоспроможність товару на світовому ринку, відносять відносні величини рівнів корисного ефекту товару та його вартості. Підприємства змушені приділяти велику увагу якості продукції, оскільки за умов конкуренції без цього неможливо здійснити збут товарів у необхідних обсягах. Конкуренція за якістю зобов'язує виробників шукати шляхи вдосконалення товару, яке б виділяло його із загальної товарної маси. Виходячи з того, що на світовому ринку аналогічну продукцію постачають безліч виробників, вихід підприємств на зовнішній ринок завжди супроводжується конкурентною боротьбою.

Нині однією з пріоритетних завдань держави є створення цивілізованого продовольчого ринку. Для цього в першу чергу необхідне комплексне створення та функціонування маркетингових служб. Маркетинг забезпечує пошук найбільш конкурентоспроможної продукції, результати маркетингових досліджень є основою для прийняття рішень про розширення або скорочення обсягів виробництва, організації до- та післяпродажного обслуговування, формування цінової політики. Реклама та маркетингові дослідження є необхідними атрибутами ринку, альтернативи яким немає. У період початку ринкової економіки необхідно здійснювати на професійному рівні рекламування продукції. У маркетингу існує таке правило: ефективнішим є виробництво товару, який має попит, ніж витрачання зусиль на реалізацію вже виготовленої продукції, яка не користується попитом. Виробляти те, що продається та користується попитом це основний принцип маркетингового підходу до управління виробництвом та реалізацією продукції.

На формування певного типу конкуренції впливають закони попиту та пропозиції. Залежно від характеру конкуренції виділяють чотири типи: чиста конкуренція, чиста монополія, монополістична конкуренція, олігополія.

При чистій конкуренції на ринку функціонує велика кількість виробників і окремі з них не можуть змінити ринкову ситуацію - за вищими відносно ринковими цінами реалізувати продукцію неможливо, а ціни, нижчі за ринкові, не впливають на рівень цін наявних на ринку. При чистій монополії той самий виробник є і єдиним продавцем товару. При монополістичній конкуренції допускається незначний вплив інших виробників стан ринку. Олігополістична середовище передбачає суттєвий вплив окремих виробників на ринкову ситуацію, у тому числі поза ціновими важелями.

### Висновки і перспективи.

Світовий та вітчизняний ринок насіння в останні роки має тенденцію переходу від монополістичної конкуренції до олігополії, як наслідок – зменшується кількість фірм та організацій на ринку насіння; підвищуються вимоги щодо стандартизації товару насіння зернових культур; на ринку зростає попит на насіння унікальних сортів, виведених методами генної інженерії та біотехнології; за незначних змін цін на насіння зернових культур, посилюється державний ціновий контроль на насіння базових стандартів; вступ нових виробників у систему насінництва з кожним роком ускладнюється у зв'язку з економічними та законодавчими обмеженнями, послаблюється роль ціни, дедалі ширше розвиваються творчі методи нецінової конкуренції. Як свідчить досвід, попит та ціни на насіння зернових культур можуть бути високими завдяки рекламі.

Ринок є системою суспільних відносин, заснованих на зіставленні попиту та пропозиції та абсолютно вільним бути не може. Як і в інших сферах економіки, ринкові відносини підлягають науково-обґрунтованому управлінню через такі важелі, як ціна, податок, фінанси, кредит тощо. Таким чином, попит та пропозиція – це дві специфічні категорії, які ілюструють взаємодію виробництва та споживання в умовах ринкової економіки.

Ціна на насіння є найбільш точним та універсальним показником економічного стану на ринку насіння зернових культур. Система ціноутворення на насіння зернових культур та попит на них знаходяться у прямій залежності від цін на товарне зерно цих культур та попиту на зерно.

В умовах повоєнного відродження аграрної економіки України буде спостерігатися зростання попиту на насіння зернових культур. В даному випадку повинні бути використані важелі державного захисту виробників вітчизняної продукції насінництва.

### Список використаних джерел

1. Мэнкью Н.Г. Принципы экономики. Спб: Питер Ком. 1999. С.150.
2. Самуэльсон П. Экономика. М.: Прогресс, 1964. С. 473.
3. Маркс К. и Энгельс Ф., соч., 2 изд., Т.25, ч.1. С.369.
4. Пуріга І. П. Наукові підходи до сутності поняття «попит». *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2014. Вип. 5. С. 95-98.
5. Сопочко О. Ю. Сутність та особливості поняття «продукти харчування повсякденного попиту». *Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія*. 2011. Вип. 8. С. 359-365.
6. Mc. Mullen N. Seeds and world agriculture progress. Washington, USA. 1987. P.259.
7. Власова К. М. Витоки та сутність поняття «бар'єру входу на ринок». *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 1. С. 62-69.
8. Ібатуллін М. І. Теоретичні засади трактування категорій «ринок» та «ринковий механізм». *Інноваційна економіка*. 2017. № 7-8. С. 138-144.
9. Андросова Т. В., Ляшенко О. Ю. Конкуренція як економічна категорія ринкового господарювання. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 1. С. 17-26.

Статтю отримано: 15.09.2022 / Рецензування 01.11.2022 / Прийнято до друку: 30.12.2022

**Hanna Trofimova**

Ph.D. (in Agriculture), Associate Professor  
Ukrainian Institute of Plant Varieties Examination  
Kyiv, Ukraine

**E-mail:** trofimova\_av@ukr.net  
**ORCID:** 0000-0001-6003-880X

**Valerii Sytnyk**

researcher  
Ukrainian Institute of Plant Varieties Examination  
Kyiv, Ukraine

**E-mail:** svg\_uiecr@ukr.net  
**ORCID:** 0000-0003-2016-9228

**Anna Semysal**

researcher  
Ukrainian Institute of Plant Varieties Examination  
Kyiv, Ukraine

**E-mail:** semysalanna@ukr.net  
**ORCID:** 0000-0002-5918-4233

## THEORETICAL BASICS OF THE FORMATION OF THE GRAIN SEED MARKET

### Abstract

**Introduction.** For our country, grain is a strategic market product and is a serious source of income. According to scientific studies, the actual volumes of grain production can be much higher, provided that land use is stabilized and intensive technologies are introduced.

Our country, given its natural potential, can and should produce much more grain. One of the factors of increasing the gross production of grain is the provision of high-yield seeds to commodity producers.

**Methods.** The following methods were used in the research process: comparative analysis – to compare data, determine changes in market indicators in time and space; abstract and logical – for the purpose of forming assumptions, hypotheses, as well as conclusions and generalizations; analysis and synthesis – when assessing the state of the research object and substantiating proposals for its improvement and ensuring full-fledged development in the future.

**The results.** The market is a system of social relations based on the comparison of supply and demand and cannot be completely free. As in other areas of the economy, market relations are subject to science-based management through such levers as price, tax, finance, credit, etc. Thus, demand and supply are two specific categories that illustrate the interaction of production and consumption in a market economy.

The price of seeds is the most accurate and universal indicator of the economic condition of the cereal seed market. The pricing system for grain crop seeds and the demand for them are directly dependent on the prices for commercial grain of these crops and the demand for grain.

**Discussion.** In the conditions of the post-war revival of the agrarian economy of Ukraine, there will be an increase in the demand for the seeds of grain crops. In this case, the levers of state protection of producers of domestic seed products should be used.

**Keywords:** market, demand, supply, seed production, grain crops.

### References

1. Mankiw, N.G. (1999). *Printsipy ekonomiki [Principles of Economics]*. SpB: Piter Kom.
2. Samuelson, P. (1964). *Ekonomika [Economics]*. Moscow: Progress.
3. Marx, K., Engels, F. (1961). *Sochineniya [Works]*. Moscow.
4. Puriha, I. P. (2014). Naukovi pidkhody do sutnosti ponyattya «popyt» [Scientific approaches to the essence of the concept of "demand"]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahramoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment [Bulletin of the Sumy National Agrarian University. Series: Economics and management]*, 5, 95-98. [in Ukr.]
5. Sopotsko, O. Yu. (2011). Sutnist ta osoblyvosti ponyattya «produkty kharchuvannya povsyakdennoho popytu» [The essence and peculiarities of the concept of "food products of everyday demand"]. *Upravlinnya proektamy, systemnyy analiz i lohistyka. Tekhnichna seriya [Project management, system analysis and logistics. Technical series]*, 8, 359-365. [in Ukr.]



- 
6. Mc. Mullen N. (1987). *Seeds and world agriculture progress*. Washington.
  7. Vlasova, K. M. (2016). Vytoky ta sutnist ponyattya «baryeru vkhodu na rynek» [Origins and essence of the concept of "market entry barrier"]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryyemnytstva [Problems and prospects of entrepreneurship development]*, 1, 62-69. [in Ukr.]
  8. Ibatullin, M. I. (2017). Teoretychni zasady traktuvannya katehoriy «rynek» ta «rynkovyy mekhanizm» [Theoretical foundations of the interpretation of the categories "market" and "market mechanism"]. *Innovatsiyna ekonomika [Innovative economy]*, 7-8, 138-144. [in Ukr.]
  9. Androsova, T. V., Lyashenko, O. Yu. (2011). Konkurenciya yak ekonomichna katehoriya rynkovoho hospodaryuvannya [Competition as an economic category of market economy]. *Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh [Economic strategy and prospects for the development of trade and services]*, 1, 17-26. [in Ukr.]

Received: 09.15.2022 / Review 11.01.2022 / Accepted 12.30.2022

