

ВЕГЕТАТИВНОЕ РАЗМНОЖЕНИЕ БОЯРЫШНИКА *IN VITRO*

А. П. СЕРЖУК, кандидат с.-х. наук

Уманский национальный университет садоводства,

20305, Умань, ул. Институтская 1, e-mail: Serzhuk83@rambler.ru

В процессе исследований наиболее интенсивно размножение боярышника in vitro происходило при добавлении в питательную среду от 1,0 до 1,5 мг/л цитокинина, в том числе 6-БАП на фоне 0,01-0,1 мг/л ауксинов (ИУК). При повышении концентрации 6-БАП в среде до 2,0 мг/л увеличивался коэффициент размножения, однако наблюдалось образование витрифицированных побегов.

Морфогенная активность зависела от генотипа исходного растения, а морфогенез боярышника in vitro и коэффициент размножения – от содержания в питательной среде фитогормонов, их баланса и генотипа размножаемого материала.

Ключевые слова: род, генотип, боярышник, микроклональное размножение, морфогенез, питательная среда.

Одержано редколлегією 23.07.15

ISSN 0558-1125

УДК 338.439.5: 634.1.076

ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ПЛОДІВ З ПОГЛЯДУ КЛАСИЧНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

І. А. САЛО, доктор економічних наук, провідний науковий співробітник

Інститут садівництва (ІС) НААН України,

03027, Київ-27, вул. Садова 23, e-mail: inna_salo@ukr.net

Розкрито відповідно до положень класичної ринкової економіки особливості зміни рівноваги попиту і пропозиції на вітчизняному ринку плодів під впливом ціни та нецінових детермінант, зокрема, доходів населення, впровадження інтенсивних технологій плодового виробництва, розширення імпорتنих поставок, зміни ціни на товари-субститути. Охарактеризовано за допомогою показників цінової еластичності кількісний вплив зміни попиту і пропозиції плодів на ціни й доходи населення. Встановлено причини, через які попит стає нееластичним, і чинники, що сприяють збільшенню еластичності.

Ключові слова: ринок, плоди, попит, пропозиція, рівновага, ціна, еластичність.

Сучасний ринок істотно відрізняється від такого в епоху вільної конкуренції. Його називають «продуктом високорозвиненої цивілізації», «абстракцією», «феноменом», «автоматичнодіючим саморегульованим механізмом». Він являє собою високоорганізовану систему господарювання, що поєднує ринкові закономірності, інститути, суспільну свідомість. Для такої системи характерні гаран-

тований збут, державне регулювання фінансової, грошової, кредитної та цінової політики. Серед ринків найбільший інтерес становить продовольчий. Адже одним з найактуальніших питань у розвитку держави, суспільства та кожної окремої людини є повноцінне забезпечення необхідними продуктами харчування. Тому проблеми розвитку вітчизняних ринків продовольчого взагалі та по окремих продуктах зокрема необхідно поставити в основу наукових економічних досліджень, ввирішньо- та зовнішньоекономічної політики держави.

Теоретичні аспекти вітчизняного ринку плодів та ягід вивчали Л. П. Симиренко, П. Г. Шитт, Д. Ф. Чухно, О. М. Шестопаль, О. Ю. Єрмаков, В. А. Рувльєв, А. І. Шумейко, Т. А. Маркіна, Г. М. Сатіна та інші вчені. Однак їх дослідження охоплюють період до отримання Україною статусу країни з ринковою економікою у 2005 р. Через це додаткової уваги потребує концептуальне обґрунтування ринку плодів та його функціонування відповідно до основних ринкових законів у теперішній період економічного розвитку.

Методика. Теоретичною основою наших досліджень служив діалектичний метод пізнання ринкових процесів.

Результати. Незважаючи на те, що ринок плодів по своїй суті має низку спільних рис з іншими продуктовими ринками, він відрізняється від них об'єктом купівлі-продажу, специфікою ціноутворення, формування попиту і пропозиції, способом споживання та відтворення. Він являє собою сукупність окремих ринків за їх видами, в кожного з яких своя економічна історія, особливості розвитку, структура, організація. Якщо говорити про один спільний вітчизняний макро ринок плодів, який об'єднує окремі ринки різних видів плодової продукції, не зайвим буде навести його визначення. Насамперед, він є агрегативним, характеризується сукупністю економічних взаємовідносин у системі «виробництво → реалізація → споживання» плодів на рівні країни. Зрозуміло, що для дослідження тієї чи іншої ринкової ситуації до уваги беруться та узагальнюються також і мікрорівневі явища та процеси, що впливають на формування цього ринку. Його високоефективне функціонування необхідне з точки зору реалізації у достатній мірі економічних інтересів операторів, розвитку прискореними темпами виробництва та відповідної структури, забезпечення економічної та соціальної рівноваги в суспільстві. Серед основних функцій вітчизняного ринку плодів, які властиві й іншим продуктовим ринкам, можна виділити: поєднуючу, розподільчу, регулюючу, контролюючу, стимулюючу, посередницьку, санацій, ціноутворення, інформаційну. Основним оператором цивілізованого плодового ринку виступає споживач, фундаментом – інфраструктура, за допомогою якої здійснюються функціонування та поєднання ринкових відносин сукупністю підприємств та організацій різних організаційно-правових форм. До основних функцій належать доведення продукції від виробника до споживача та забезпечення зворотного зв'язку між ними, акумуляція вільних грошових коштів та їх перерозподіл в садівництві чи між іншими галузями.

Категорію ринку можна розглядати як інститут, організовану систему інституцій та інститутів, які структуризують взаємовідносини суб'єктів у процесі обміну [5, с. 150]. Інституції слід розглядати як правила, а інститути – як утворення, котрі структуризують економічну взаємодію агентів ринку. Погоджуючись з цією позицією, вважаємо, що при дослідженні функціонування та подальшого розвитку ринку плодів особливу увагу потрібно концентрувати на інститутах (нормативно-правове забезпечення, інфраструктура, всі категорії господарств, ціноутворення, конкуренція, державне регулювання) та інституціях (правилах, що впливають на поведінку всіх операторів ринку).

Поряд з визначенням категорії ринку плодів, слід з'ясувати й суть трьох його основних складових – попиту, пропозиції та ціни. Звичайно, трактування їх наближене до традиційних.

Під попитом розуміють обсяг реалізованих плодів, які задовольняють потребу споживачів відповідно до їх купівельної спроможності. В даному випадку мається на увазі ринкова величина попиту, тобто для всіх споживачів, а не окремого (індивідуальна).

Пропозиція – це кількість плодів, що виробляються вітчизняними товаровиробниками всіх категорій господарств залежно від їх бажання та можливостей, а також ввозяться у країну та реалізуються на ринку за певними цінами.

Ціна – категорія вартості і рівноваги попиту і пропозиції. В сучасних умовах вона відображає кількість грошей, котру споживачі готові заплатити за плоди відповідно до своєї купівельної спроможності, а виробники – продати відповідно до вартості, що включає, крім суспільно необхідних витрат, виробництво і прибуток.

Охарактеризуємо ринок плодів за класичною схемою ринкової економіки.

З огляду на значну трудо- і капіталомісткість виробництва плодів особливо важливою є еквівалентність обміну продукції відповідно до суспільно необхідних затрат праці з урахуванням відтворення. Обмін необхідно здійснювати за цінами, що максимально відповідають потребі рівноваги попиту і пропозиції, тобто функціонування ринку плодів, як і будь-якого іншого, регулюється законом вартості та попиту і пропозиції. Так, закони розвитку та функціонування ринкового механізму – це передусім закони попиту і пропозиції. Саме ці дві категорії, а також ціни й конкуренція у взаємодії становлять ринковий механізм. Між ціною та величиною попиту існує пряма залежність, а між нею ж та пропозицією – обернена. Щодо більшої значущості впливу попиту чи пропозиції на вартість, А. Маршал зазначав, що в загальному значенні їх розділяти не можна [2]. Чим коротший розглядається період, тим більше уваги потрібно зосереджувати на аналізі впливу попиту на вартість, а за тривалішого періоду більш значущим є вплив витрат виробництва на неї.

Класично закон попиту і пропозиції відносно ринку плодів можна охарактеризувати таким чином: якщо перший перевищує останню, то ціна буде зростати, а за протилежної ситуації, навпаки, знижуватися. Зрозуміло, що через вплив ряду факторів у реальності досягнути рівноваги попиту і пропозиції та формування цін, що задовольняли б інтереси як виробників, так і споживачів, дуже важко. Однак властивістю ринку все ж таки є прагнення рівноваги, якої на рівні великих підприємств, як правило, можливо досягти перш за все через маркетингову діяльність.

В умовах досконалої конкуренції, тобто максимального наближення ринку плодів до вільного (відсутність монополій та переважання олігополій залежно від виду продукції) рівновагу між попитом і пропозицією можна відобразити графічно (рис. 1).

Вплив ціни та нецінових детермінант на формування попиту на ринку плодів можна представити за допомогою функції (1.1).

$$D = f(P, X_1, X_2, \dots, X_n), \quad (1.1)$$

де D – попит на плоди;

P – ціна;

X_1, X_2, \dots, X_n – нецінові детермінанти (доходи споживачів, їх уподобання, градація за рівнем доходів, очікування щодо зміни цін і доходів, ціни на товари-субститути (наприклад, ягоди, овочі, виноград), асортимент і сортимент плодів,

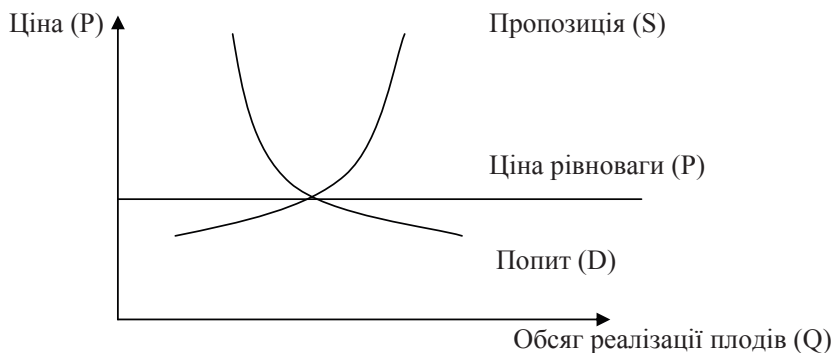


Рис. 1. Рівновага попиту і пропозиції на ринку плодів

Примітка: сформовано за опрацьованими літературними джерелами.

культура споживання, чисельність населення та його структура тощо).

Як уже зазначалося, між пропозицією та ціною існує прямий зв'язок. На першу, як і на формування попиту, крім ціни, впливають нецінові детермінанти (тривалість часового періоду, технологія виробництва, ціни на товари-субститути, на засоби виробництва, сезонність вирощування плодів, чутливість до погодних умов, розвиток інфраструктури ринку, кількість конкурентів тощо), а функція подібна до функції попиту.

Слід зауважити, що «затрати виробництва» як основний чинник впливу на формування пропозиції плодів окремо не виділяється, оскільки він так чи інакше присутній у перелічених нецінових детермінантах. Залежно від їх впливу крива пропозиції S на рис. 1 може переміщуватися вправо або вліво. Наприклад, за використання інтенсивних технологій вирощування плодів їх продуктивність, а,

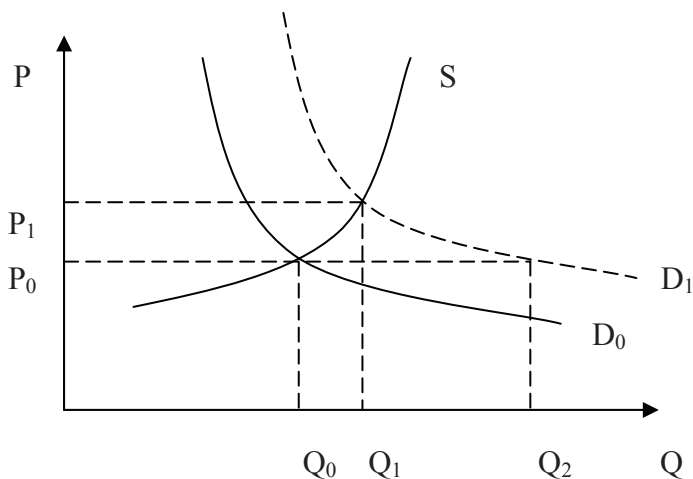


Рис. 2. Зміна рівноваги на ринку плодів при підвищенні доходів населення

Примітка: сформовано за опрацьованими літературними джерелами.

значить, і валовий збір зростуть. Тоді крива пропозиції S переміститься вправо. Інший приклад: при підвищенні цін на товар-субститут «овочі» пропозиція плодів знизиться через збільшення попиту на них і відповідне підвищення цін. Тоді крива переміститься вліво.

Слід відмітити, що при характеристиці впливу окремого чинника на зміну ринкової рівноваги ми абстрагуємося від змін цін на інші товари та впливу інших детермінант, що в реальному ринковому середовищі неможливо. До того ж теоретично припускається, що на ринку існує ідеальна конкуренція, тобто коли трактується класична зміна рівноваги під впливом якогось фактора, завжди обумовлюється, що це «за інших рівних умов», а процес зміни рівноважної ціни в часі не розглядається. Простежимо, як змінюється рівновага при зростанні доходів населення та поліпшенні технології вирощування плодів (рис 2, 3).

Через низьку платоспроможність населення при підвищенні доходів попит на плоди збільшуватиметься. Їх можна віднести до продуктів вищої споживчої цінності. При переміщенні кривої попиту D в позицію D_1 виникає нестача пропозиції плодів у $Q_0 Q_2$, а ціна попиту P_0 підвищиться до P_1 , що стимулюватиме виробників до збільшення обсягів виробництва, від чого конкуренція зростатиме. Ці зміни тимчасові, і через певний період ринок знову врівноважиться.

В результаті удосконалення технології вирощування плодів та розширення їх пропозиції рівноважна ціна P_0 знизиться до P_1 , а рівноважний обсяг попиту і пропозиції збільшиться з Q_0 до Q_1 .

З огляду на те, що виробництво плодів у господарствах населення є практично сталим, а галузь садівництва розвивається досить повільно, на формування пропозиції значний вплив справляє зміна обсягів імпорتنих поставок. Через низьке забезпечення місткості ринку розширення імпорту на рівень цін майже не впливає, оскільки перенасичення плодами відсутнє. Однак зі зменшенням їх ввозу (переважно цитрусових і бананів) крива пропозиції зміститься вліво і ціни

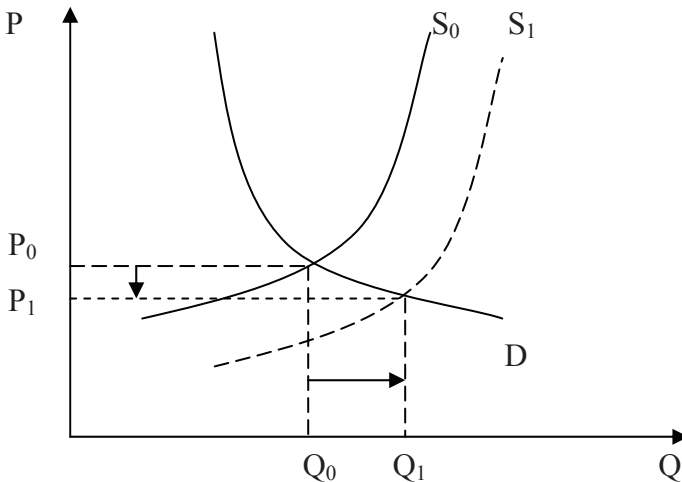


Рис. 3. Зміна рівноваги на ринку через використання інтенсивних технологій вирощування плодів

Примітка: сформовано за опрацьованими літературними джерелами.

зростуть, оскільки ця продукція на Україні не виробляється, а попит залишиться переважно незмінним через уподобання споживачів.

Крім указаних ринкових законів, важливе значення має закон конкуренції, котрий характеризує зв'язки між операторами ринку з приводу найвигіднішої позиції у виробництві та реалізації плодів і отриманні вищих доходів. Найвищі конкурентні позиції на ринку займатимуть ті товаровиробники, що реалізують однорідну продукцію однакової якості за нижчими цінами. Це стимулює до зниження витрат виробництва через впровадження інтенсивних технологій, нових помологічних сортів, розвиток маркетингу.

На скільки попит і пропозиція є чутливими до зміни цін на ринку плодів, можна встановити за допомогою показників еластичності. Їх характеристика окреслює поведінку споживачів та потреби ринку [3].

Коефіцієнт цінової еластичності попиту (пропозиції) показує, на скільки вони зміняться при зміні ціни на 1 %.

Коефіцієнт еластичності попиту за доходами встановлюється для виявлення залежності рівня споживання від зміни доходу населення на 1 %. В економічній теорії існує правило, що для товарів першої необхідності цей коефіцієнт буде нижчий за одиницю, а для предметів розкоші, навпаки, вищий.

Виділяють випадки, в яких попит є нееластичним, і чинники, що впливають на збільшення його еластичності [1]. До перших належать:

- продукція практично не має заміни, тобто є поза конкуренцією, наприклад, сіль;
- продукція належить до групи продуктів першої необхідності – хліб, м'ясо, молоко тощо;
- споживачі орієнтуються на ціни, вважаючи: «чим дорожче – тим якісніше»;
- вплив економічних демографічних географічних і психологічних ознак, наприклад, психологічна ознака – яблука купують як улюблений продукт харчування.

До факторів, що стимулюють еластичність попиту, належать:

- можливість заміни товару для споживача, наприклад, плоди на овочі;
- наявність товарів, які взаємодоповнюють плоди;
- частка витрат у доходах споживачів на певну продукцію, наприклад, при збільшенні їх на придбання овочів попит на плоди скорочується;
- чи є продукція товаром першої необхідності, чи можна обмежити рівень її споживання, наприклад, попит на хліб нееластичний, тоді як на плоди в залежності від виду і років може наблизитися до еластичного або перевищувати рівень еластичності (> 1), зокрема, на кісточкові плоди;
- вплив психологічних ознак, скажімо, часу щодо ухвали покупки, мети придбання, черги; так, попит більш еластичний у довгостроковому періоді, оскільки споживачі мають більше можливостей і часу, щоб знайти дешевший продукт-замінник.

Крім того, що плоди класифікують залежно від ринкової поведінки споживачів, регулярності споживання, функціонального призначення, калорійності, вітамінності, якості тощо, виділяють ще продукцію, котра є взаємозамінною, взаємодоповнюючою чи незалежною по відношенню до них. Для встановлення впливу економічних показників споживання одного продукту на формування попиту на інший важливе значення має коефіцієнт перехресної еластичності. Він показує, на скільки зміниться обсяг попиту на плоди при зміні на 1 % ціни на товар-субститут. Вважається: якщо показник перехресної еластичності між двома продуктами має позитивне значення, то вони є взаємозамінними, негативне – взаємодоповнюючими.

Продукти по відношенню до плодів вітчизняного виробництва		
Взаємозамінні (коефіцієнт перехресної еластичності >0)	Взаємодоповнюючі (коефіцієнт перехресної еластичності <0)	Незалежні (коефіцієнт перехресної еластичності ≈0)
М'ясо та м'ясопродукти (1,17) Ягоди (1,16) Овочі та баштанні культури (1,16) Виноград (1,12) Цитрусові плоди (1,02) Банани (0,90) Хліб і хлібопродукти (0,57) Олія (0,52) Круп'яні (0,51)	Мед (-7,40) Бобові (-5,49) Риба та рибні продукти (-1,52) Яйця (-0,67) Гриби свіжі (-0,67) Молоко та молочні продукти (-0,42) Насіння соняшника та гарбуза (-0,56)	Перець мелений (-0,19) Картопля (-0,19) Сіль (-0,17) Приправи (-0,15) Цукор (-0,12)

Рис. 4. Продукти харчування по відношенню до плодів за показниками перехресної еластичності

Джерело: розроблено за дослідженнями автора.

повноючими, нульове – взагалі не пов'язані між собою (незалежні).

Можна встановити, які продукти по відношенню до плодів є взаємозамінними, взаємодоповнюючими та незалежними (рис. 4) [4].

Очевидно, що при підвищенні цін найбільш взаємозамінними у споживанні є м'ясо та м'ясопродукти, ягоди, виноград, овочі та плоди баштанних і цитрусових культур (1,02-1,17).

Висновки. Ринок плодів виконує роль механізму, метою якого є забезпечення максимальної рівноваги попиту і пропозиції. Важливою його ознакою є конкурентний характер. Розвиток ефективного ринку плодів без економічної свободи, яка є основою конкуренції, неможливий. Саме за її наявності можуть бути високоефективними виробництво, розподіл, обмін та споживання на ринку плодів. Важливими передумовами його розвитку є еквівалентність обміну, конкуренція, вільне ціноутворення, забезпеченість реальною інформацією. Звичайно, середовище, де має функціонувати і відтворюватися ринок, потрібно координувати відповідними економічними та юридичними умовами, котрі може забезпечити лише держава.

Список використаної літератури

1. Мостенська Т. Л. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку харчових продуктів / Т. Л. Мостенська // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 113-119.
2. Скібіцький О. М. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності: навч. посіб. / [О. М. Скібіцький, В. В. Матвеев, Л. І. Скібіцька]. – К.: Кондор, 2011. – 912 с.

3. Ринкова система і організація підприємництва [Електронний ресурс]: реферат. – 2005. – Режим доступу: www.refine.org.ua/pageid-1625-2.html.
4. Сало І. А. Цінова еластичність на вітчизняному ринку плодів / І. А. Сало // Вісник аграрної науки. – 2012. – № 6. – С. 72-75.
5. Шпикуляк О. Г. Інституціональне забезпечення розвитку та регулювання аграрного ринку: аналітична оцінка / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2010. – № 4. – С. 150-157.

INLAND FRUIT MARKET FROM THE CLASSICAL MARKET ECONOMY VIEWPOINT

I. A. SALO, Doc Econ Sci, Leading Research Worker
Institute of Horticulture, NAAS of Ukraine,
03027, Kyiv-27, 23, Sadova str., e-mail: inna_salo@ukr.net

In accordance with the principles of the classical market economy the peculiarities of the demand and proposition balance change on the inland fruit market under the influence of price and non-price determinants have been detected, in particular of the population incomes, introduction of the intensive technologies for the fruit production, spread of the import supplies, change of the goods-substitutes prices and incomes has been characterized by means of the price elasticity indexes. The reasons of the non-elasticity of the fruit demand have been established as well as the factors effecting its elasticity.

Key words: market, fruits, demand, proposition, balance, price, elasticity.

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК ПЛОДОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КЛАССИЧЕСКОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

И. А. САЛО, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник
Институт садоводства (ИС) НААН Украины,
03027, Киев-27, ул. Садовая 23, e-mail: inna_salo@ukr.net

Раскрыты в соответствии с положениями классической рыночной экономики особенности изменения равновесия спроса и предложения на отечественном рынке плодов под влиянием цены и неценовых детерминант, в частности, доходов населения, внедрения интенсивных технологий плодового производства, расширения импортных поставок, изменения цен на товары-субституты. Охарактеризовано с помощью показателей ценовой эластичности количественное влияние изменения спроса и предложения плодов на цены и доходы населения. Установлены причины, по которым спрос на плоды неэластичен, и факторы, влияющие на увеличение его эластичности.

Ключевые слова: рынок, плоды, спрос, предложение, равновесие, цена, эластичность.

Одержано редколегією 28.04.15