

РЕГУЛИРОВАНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В АПК

Главными рыночными элементами являются: спрос, предложение, цена и конкуренция. В сельском хозяйстве они проявляются под воздействием специфики данной отрасли. На спрос, кроме цены, воздействуют вкусы, цена на сопряженные товары, доход потребителей, число покупателей и фактор ожидания. Из названных факторов 3 последних воздействуют на спрос любых видов товара независимо от их характера. Действие остальных факторов применительно к спросу на товары АПК проявляется иначе. Проанализируем специфику влияния этих факторов на спрос. Понятие “вкус” имеет разные смысловые нагрузки. По отношению к одежде, обуви, предметам домашнего обихода, произведениям искусства применяется понятие вкуса эстетического. Эстетическое восприятие продуктов питания также имеет место, но на первое место для этих товаров выходит вкус биологический, т.е. ощущения, возникающие при воздействии различных веществ на вкусовые качества.

Это дает основание отметить, что вкусы потребителей в области питания мало подвержены изменениям. Рацион человека зависит от возрастных характеристик, а набор продуктов часто определяется национальными особенностями, традициями и спецификой региона, определяющей возможность производства тех или иных товаров. На вкусы и предпочтения потребителей влияют такие факторы, как реклама, престижность продукта, стиль жизни, состав семьи. Так, семьи, имеющие детей, тратят больше времени на приготовление пищи, тщательно следя за рационом и качеством продуктов. Молодые семьи часто предпочитают пищу, готовую к потреблению.

Фактор дохода снижается тогда, когда уровень потребления соответствует рекомендованным нормам питания. В результате основной детерминантой спроса становится численность покупателей. Фактор ожидания в условиях инфляции может вызвать повышенный спрос. Если население ожидает повышения цен, то спрос растет.

В этот период одним из главных факторов спроса является цена. Связь цены с количеством продукта, которое потребители желают и могут купить, выражает суть закона спроса: чем ниже цена, тем выше спрос и наоборот. Однако применительно к продуктам питания данный закон подвержен влиянию неэластичности спроса. Чем больше хороших заменителей данного продукта предлагается потребителю, тем эластичнее бывает спрос на него. Это значит, что когда цена продукта падает, потребитель склонен заменить им другие продукты, цены на которые ниже. Неэластичность спроса на продукты питания может быть также объяснена с помощью понятия “убывающая предельная полезность”: начиная с определенного момента дополнительные единицы каждого продукта будут приносить потребителю постоянно уменьшающиеся добавочные удовлетворения. Когда достигается относительное насыщение рынка продуктами, то снижение цены не обеспечивает адекватный рост спроса. Установлено, что цены на сопряженные товары в большей степени, чем вкусы, могут влиять на спрос. К сопряженным относятся взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Так, при продовольственном дефиците масло и маргарин будут рассматриваться как взаимозаменяемые товары, в то время как при насыщенном рынке различные сорта маргарина вполне могут рассматриваться как самостоятельные продукты. С увеличением цены на один товар возрастает спрос на другой, рассматриваемый потребителем как заменитель. Однако данный фактор применительно к продуктам питания имеет ограниченное значение, так как люди находятся во власти своих привычек, и один продукт заменяется другим вследствие вынужденных обстоятельств: если повышается цена на растительное масло, потребители вынуждены переходить на маргарин отнюдь не потому, что маргарин

является полноценным заменителем. Взаимозаменяемость продуктов питания для большинства населения определяет спрос: чем ниже цена на какой-то продукт питания, тем выше спрос на него. Но более дорогой продукт и более высокого качества при общем недостатке продовольствия тоже находит своего потребителя и поэтому кривая спроса на него не сдвигается влево, как это бывает при насыщенном рынке. Имеются взаимодополняемые товары, которые потребляются в паре или совокупности. Между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная связь.

Важен также фактор дохода потребителей. Чем выше реальные доходы населения, тем больше спрос. Для выделения влияния ценового фактора расчет эластичности по доходам находят как в ценовом, так и натуральном выражении. Эластичность спроса по доходам в ценовом выражении изменяется как отношение прироста расходов на питание к приросту денежных доходов. При определении того же показателя в натуральном выражении учитывают также прирост спроса в натуральном выражении.

Известно, что продукты питания относятся к товарам первой необходимости и потребители не всегда могут сократить спрос на них в той же степени, в какой падают реальные доходы. Об этом свидетельствуют данные об увеличении удельного веса расходов на питание в бюджете семьи за последние годы с 30 до 80%. С ростом доходов спрос на продукты питания стабилизируется, так как он подвержен биологическим ограничениям.

По мере отдаления от конечного продовольственного рынка и приближения к сырьевому рынку сельскохозяйственной продукции ассортимент производимых и продовольственных продуктов сужается. Так, в продовольственную сеть США поступает до 20 тыс. наименований различных продуктов. На выходе же сельскохозяйственного производства можно выделить несколько десятков наименований с гораздо меньшей степенью взаимозаменяемости. Поэтому теоретически эластичность ценового спроса должна уменьшаться по мере удаления от спроса на конечные продукты снижения взаимозамещения продуктов.

Имеют свою специфику факторы, влияющие на предложение сельскохозяйственных товаров. Кроме цены, на предложение влияют такие факторы, как технология производства, цены на факторы производства, количество товаропроизводителей, налоги и дотации, цены на другие товары. Совершенствование технологии производства в результате научно-технического прогресса может привести к быстрому увеличению производства сельскохозяйственной продукции, потому что главное средство производства — земля — способно повышать плодородие при дополнительных вложениях. С ростом предложения кривая предложения сдвигается вправо, что означает снижение цен, а это ведет к уменьшению выручки товаропроизводителей. Однако действие данного фактора ограничивается, если цены на факторы производства растут быстрее, чем цены на продукцию товаропроизводителей АПК.

Главным ресурсом АПК является земля. При отсутствии рынка земли ее цена мало оказывает влияние на результаты производства. Другие средства производства перемещаются и с течением времени изнашиваются, заменяются на новые. Поэтому они называются переменными ресурсами. Возможность накопления и замещения производственных ресурсов зависит от цен на них. Но не само по себе изменение цен на факторы производства влияет на количество производимой продукции.

Таким образом, вследствие специфики развития АПК законы спроса и предложения здесь имеют несколько иной характер проявления, чем в других отраслях, и это необходимо учитывать при формировании и учете товародвижения.