

РЕГУЛИРОВАНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В АПК

П.В. Лещиловский, Н.А. Рослик

Белорусский государственный экономический университет

Рынок состоит из четырех элементов: спроса, предложения, цены и конкуренции. Элементы рынка в сельском хозяйстве проявляются под воздействием специфики данной отрасли. На спрос применительно к любому товару, кроме цены, воздействуют: вкусы, цена на сопряженные товары, доход потребителей, число покупателей и фактор ожидания. Из пяти названных факторов три последних воздействуют на спрос любых видов товара независимо от их характера. Действие остальных факторов применительно к спросу на товары АПК проявляется иначе. Рассмотрим специфику влияния этих факторов на спрос. Понятие вкуса имеет разные смысловые нагрузки. По отношению к одежде, обуви, продуктам 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, то есть ощущения, возникающие при воздействии различных веществ на вкусовые качества.

Следовательно, вкусы потребителей в области питания мало подвержены изменениям. Рацион питания человека зависит от возрастных особенностей, а набор продуктов во многом определяется национальными особенностями и традициями и почвенно-климатическими особенностями региона, определяющими возможность их производства со спецификой для данной местности.

В условиях насыщенного продовольственного рынка 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 бездетные семьи предпочитают пищу, готовую к потреблению, консервированные продукты.

Однако, фактор дохода, как и остальные факторы, угасает тогда, когда уровень потребления начинает соответствовать рекомендованным нормам питания. Тогда на первое место выдвигается фактор – число покупателей. Фактор ожидания при инфляции может вызывать ажиотажный спрос. Если люди ожидают повышения цен, то стараются сделать запасы.

В период перехода к рынку главный фактор спроса – цена. Связь цены с количеством продукта, которое потребители желают и могут купить, выра-

жает суть закона спроса: чем ниже цена, тем выше спрос и наоборот. Однако, применительно к продуктам питания данный закон подвержен влиянию неэластичности спроса на них. 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 не снизились. Неэластичность спроса на продукты питания может быть также объяснена с помощью понятия убывающей предельной полезности: начиная с определенного момента дополнительные единицы каждого продукта, будут приносить потребителю постоянно уменьшающиеся добавочные удовлетворения. Когда достигается относительное насыщение рынка пищей и сельскохозяйственными продуктами, то снижение цены не обеспечивает адекватный рост спроса.

Цены на сопряженные товары в большей степени, чем вкусы могут влиять на спрос. К сопряженным относятся взаимозаменяемые и взаимоприменяемые 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 более дешевый 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 так же взаимодополняемые товары – которые потребляются в паре или совокупности: чай (кофе) и сахар. 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 выражении, так и в натуральном выражении. Эластичность спроса по доходам в ценовом выражении изменяется как отношение прироста денежных расходов на питание к приросту денежных доходов.

Известно, что продукты питания относятся к товарам первой необходимости и потребители не могут сократить спрос на них в той же степени, как 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. В развитых странах расход на питание составляет менее 20 % семейного бюджета.

Характеристика спроса в других отраслях АПК несколько иная. 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 от 10 до 15 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 взаимозаменения 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 способна повышать плодородие при дополнительных вложениях, когда человек работает в союзе с природой. 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 не может оказать 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 иной характер проявления.