

УДК 332.1 : 63

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

А.Б. Соловьева

¹Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, г. Тверь

В статье рассмотрены особенности спроса и предложения на рынке сельскохозяйственной продукции, дана характеристика основным факторам, влияющим на объем предложения и объем спроса на рынке сельскохозяйственной продукции.

***Ключевые слова:** рынок сельскохозяйственной продукции, проблемы функционирования рынка сельскохозяйственной продукции, объем спроса, объем предложения, факторы и особенности спроса и предложения на рынке сельскохозяйственной продукции.*

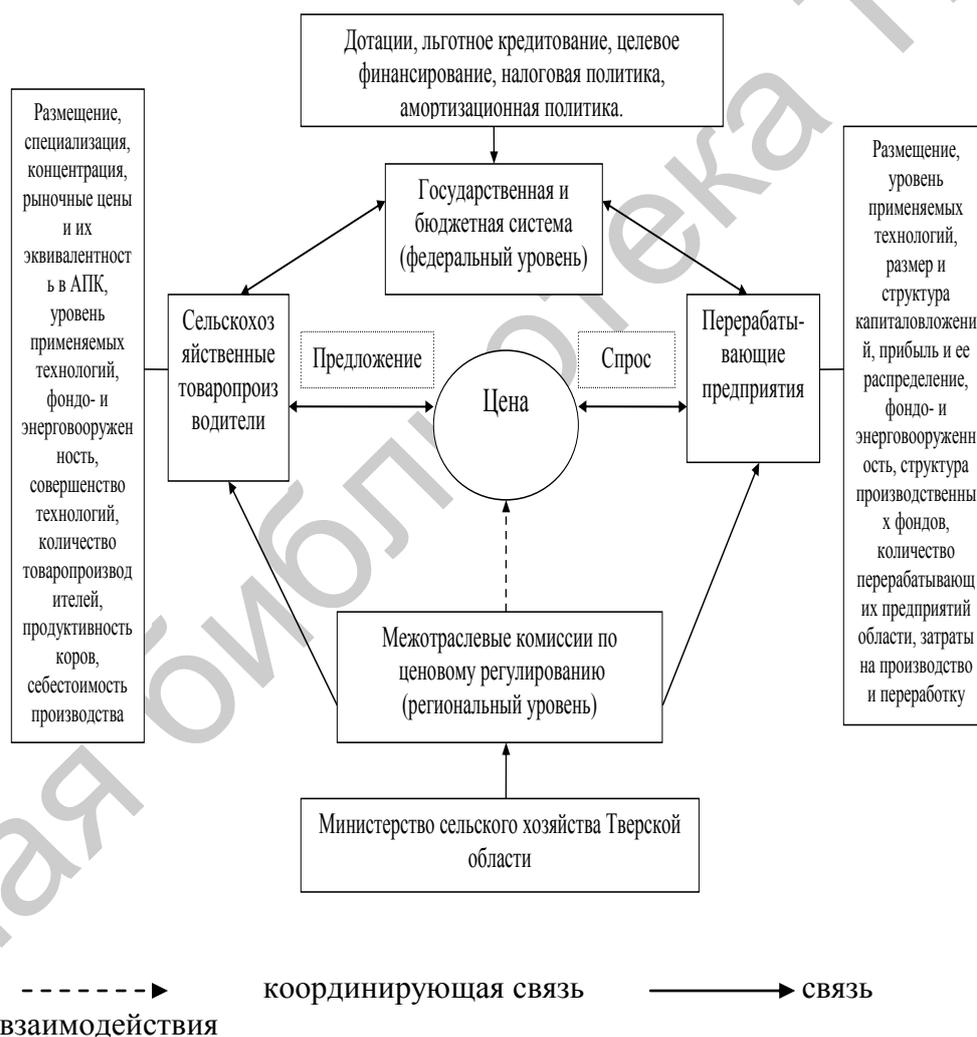
Рыночная система – жесткая система, в которой выживают только те предприятия, которые тщательно прогнозируют хозяйственные решения. Данные решения основываются на изучении таких фундаментальных категорий рынка как спрос и предложения. Результатом данных исследований является долгосрочная и текущая политика не только государства, но и каждой предпринимательской структуры. На основании таких расчетов формируется экономическая стратегия и тактика развития производства, темпы выпускаемой продукции, ассортимент.

При рассмотрении экономического механизма рынка сельскохозяйственной продукции необходимо учитывать специфику основных его параметров: спрос на эту продукцию, объем предложения готовой продукции и сырья для переработки, цена на сырье и готовую продукцию, а также другие внешние и внутренние факторы производства в их взаимосвязи и взаимовлиянии.

При этом специфика данных параметров определяется факторами, влияющими на формирование и функционирование рынка сельскохозяйственной продукции. Многообразие факторов, влияющих на цену, объем спроса и предложения, автором представлено в виде схемы (рис. 1). При этом данные группы условно можно разделить на три уровня регулирования рынка: государственное вмешательство в деятельность рынка будет являться основным направлением регулирования рынка; рыночное регулирование представлено факторами спроса и предложения; в качестве основного механизма регулирования внутривозрастных отношений будет цена. Среди факторов,

определяющих цену товара, главный, по мнению Н.Н. Ивчикова [1], - спрос, то есть желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.

Изучение спроса - это один из основных этапов по комплексному изучению рынка, позволяющий определить его общие характеристики. На основании изучения спроса на продукцию сельского хозяйства, строится не только производственно-экономическая политика, но и социально-экономическая система всего общественного производства. Кроме того, спрос можно рассматривать как одну из сторон процесса рыночного ценообразования, в котором активное участие принимают потребители.



Р и с . 1. Схема взаимодействия спроса и предложения на региональном рынке сельскохозяйственной продукции

Спрос на рынке формируется под влиянием ряда факторов, в том числе как ценовых, так и неценовых. Среди неценовых факторов, наиболее актуальные для рынка сельскохозяйственной продукции России, на наш взгляд, можно выделить три.

Первый – система государственного регулирования. Данный фактор способен оказывать влияние через формирование системы доходов всего населения страны, стимулируя развитие сельскохозяйственного производства и регулируя конкурентоспособность товаропроизводителей.

Второй – наличие конкурирующей продукции. Действие этого фактора в основном сводится к высокому уровню поступления переработанной сельскохозяйственной продукции из-за рубежа, по более низким или аналогичным ценам. Это очень серьезный для нашей страны фактор сдвига спроса на отечественную сельскохозяйственную продукцию в сторону, причем в сторону его уменьшения.

Третий - доходы потребителей сельскохозяйственной продукции.

Кроме того, реализация данных групп может проявляться через следующие параметры. *Экономическая стабильность* - неоднозначно сказывается на структуре спроса. При наличии экономической стабильности в стране - рост спроса сдерживает цена продукта, а при снижении экономической стабильности спрос на сельскохозяйственную продукцию падает медленнее, чем на другие виды продукции. *Вкусы и предпочтения потребителей* оказывают большое влияние на объем спроса той или иной продукции. Данный фактор складывается из таких критериев, как образ жизни, возраст, традиции питания, поведение потребителя по привычке, социальное положение и культура внешней среды, а также изменение в структуре занятости населения (занятия умственным и физическим трудом) и замена натуральных продуктов питания синтетическими добавками или заменителями. Ряд продуктов сельского хозяйства считается в России продуктами первой необходимости. *Качество предлагаемой продукции* – в виду популяризации здорового образа жизни, потребитель стал обращать внимание на данный параметр при формировании своих предпочтений продуктам питания, формируя тем самым структурные сдвиги в спросе.

Переходя к характеристике в целом спроса на рынке сельскохозяйственной продукции, нельзя не отметить, что он имеет как чисто общие особенности формирования, так и сугубо специфические, свойственные только данному типу рынка, а именно:

1. низкая эластичность данных продуктов;
2. при достижении определенного уровня дохода потребителя его дальнейший рост не вызывает заметного роста потребления этой продукции;
3. спрос на сельскохозяйственную продукцию ограничен физиологическими потребностями организма человека;

4. спрос как правило носит вторичный характер.

Итак, первая особенность – это низкая эластичность продукции сельского хозяйства, то есть отношение изменения спроса к вызвавшему его изменению цены. Эластичность спроса на сельскохозяйственную продукцию (сырье) всегда ниже, чем эластичность спроса на продукты его переработки, и чем выше уровень издержек по доведению сельскохозяйственного сырья до конечного потребителя (рыночная маржа), тем ниже эластичность спроса на продукцию сельского хозяйства по сравнению с эластичностью спроса на продукты питания.

Сельскохозяйственная продукция как сырье для дальнейшего изготовления продуктов в большинстве своем относятся к группе товаров первой необходимости. Поэтому ценовая эластичность спроса на них, как правило, ниже 1. Говоря о низкой эластичности спроса в целом на сельскохозяйственную продукцию, следует отметить, что далеко не все сельскохозяйственные продукты одинаковы по эластичности спроса.

В России продукты по эластичности спроса можно разделить следующим образом. Такие продукты, как хлеб, растительное масло, будут иметь самую низкую эластичность, так как они являются теми продуктами, без которых практически невозможно обойтись.

Низкую эластичность спроса будут иметь такие продукты, как сахар, молоко, картофель, лук, капуста, свёкла (в порядке их убывания). В третью группу продовольственных товаров войдут такие продукты, как яйца, субпродукты и низкосортное мясо, огурцы, различные макаронные изделия, крупы. В четвертую группу по эластичности спроса войдут следующие продовольственные товары: сливочное масло, мясо высших сортов, рыба, мёд, творог, сметана, колбасы низких сортов, недорогие фрукты и овощи, кондитерские изделия. В пятую группу можно отнести продовольственные товары деликатесного свойства (колбасы высших сортов, различные копченые изделия из высокосортного мяса, рыбы, дорогие кондитерские изделия, экзотические и редкие фрукты и овощи). Такое распределение продуктов питания было осуществлено на основании отношения уровня ценовой эластичности спроса к основным факторам. Продавцу продукции с низкой эластичностью спроса нет смысла снижать цену, так как потери от такого приема не компенсируются увеличением спроса. В то же время желание поднять цену у продавца такого товара будет часто возникать. Ведь уровень цены мало сказывается на спросе. Эта особенность весьма примечательна, так как она будет относиться к разряду социально-экономических. Так как продукты питания относятся к товарам первой необходимости, обеспечивающим биологическое существование человека. Отсюда следует, что проблема

спроса на сельскохозяйственную продукцию должна быть первоочередной заботой государства, государственного регулирования.

Следующая специфическая особенность спроса на сельскохозяйственную продукцию, будет заключаться в том, что при достижении определенного уровня дохода его дальнейший рост не вызывает заметного роста потребления продовольствия. Эта особенность основывается на двух составляющих:

- 1) низкая эластичность спроса на продукты питания,
- 2) уровень дохода потребителей.

Суть и значение низкой эластичности спроса на продукты описаны в первой особенности.

Говоря о специфических особенностях рыночного спроса на сельскохозяйственную продукцию, следует остановиться еще на одной: спрос на многие сельскохозяйственные продукты будет вторичным. Это означает, что большая часть сельскохозяйственных продуктов не является конечными потребительскими товарами.

Например, значительная часть молока идет на переработку, из него получают сметану, творог, сыр, масло. Не являясь конечным потребительским товаром, молоко будет востребовано лишь после того, как последует спрос на первичные потребительские товары – сметану, сыр, и т.д. Другими словами, эта особенность спроса ставит молоко как сырье в разряд факторов производства. А это означает, что основной объем молока пользуется спросом не у населения, а у предпринимателей, предпринимательских фирм или других коммерческих образований, организующих производство продуктов питания.

В этом случае спрос на молоко становится зависимым от многих других факторов. Ведь сырье, которым является, в том числе, и молоко для переработчиков, это только один из элементов многозвенной технологической цепочки. Кроме того, организаторам производства продовольственных товаров нужны машины, оборудование, сооружения, различные пищевые добавки, упаковочный материал, рабочая сила и другие элементы производства. Это говорит о том, что вторичный спрос на сельскохозяйственные продукты обременен многочисленными условиями, которые очень сильно могут его снизить.

Для рынка сельскохозяйственной продукции характерна непрерывность спроса на продукты питания, сделанные из нее. Вполне понятно, что спрос может снижаться и повышаться, но он ежедневно имеет место, так как удовлетворяет физиологическую потребность человека в пище. Однако, этот спрос имеет ограничения.

Существует предельная граница потребления продуктов для удовлетворения физиологических потребностей человека в питании. Изменения в спросе на данном рынке происходят под влиянием изменения численности населения – покупателей продукции, уровня их

благосостояния, их вкусов и предпочтений, цен на взаимозаменяемые продукты, а также в зависимости от ожиданий изменений на рынке, которые могут привести к модификации ценового равновесия.

Таким образом, анализируя специфические особенности спроса на рынке сельскохозяйственной продукции, можно утверждать, что спрос формируется исходя из количества перерабатывающих предприятий регионов, эффективности их работы, среднегодовой производственной мощности данных предприятий, затрат на производство и переработку молока и молочной продукции.

Как известно, на рынке главенствуют два закона: закон спроса и закон предложения. На рынке сельскохозяйственной продукции предложение будет представлять собой то количество, которое сельскохозяйственные товаропроизводители готовы производить при определённом уровне цены. В соответствии с законом предложения количество продукции, поставляемой на рынок, при снижении цены уменьшается, при повышении – увеличивается [2].

Это прямая трактовка закона предложения. Однако сам механизм этого закона скрыт в природе издержек производства. Суть его в том, что увеличение объёма производства возможно только до тех пор, пока затраты на производство очередной единицы продукции не станут равными рыночной цене на неё. Это очень важный момент, определяющий «потолок» производства. Очевидно, что объём производства будет зависеть от двух основных факторов - рыночной цены на продукцию и издержек производства.

Предложение сельскохозяйственной продукции — это первичное предложение, так как все остальное производство базируется на том сырье, которое произведено на сельскохозяйственных предприятиях. Производным предложением является предложение на всех других уровнях маркетинга.

Совокупное предложение сельскохозяйственной продукции складывается из частных предложений каждого конкретного сельскохозяйственного производителя, который принимает решение о том, как распределить имеющиеся у него ресурсы для производства различных продуктов между животноводством и растениеводством, между различными культурами, которые можно выращивать на одной и той же земле. Он также решает, приобретать ли средства производства и если да, то какие и сколько, и т.д.

По сути, предложение это то количество товара, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте. Однако и здесь существует группа неценовых факторов, которые воздействуют на изменение предложения. К ним относятся следующие: уровень расходов самих компаний, производящих товары или услуги, в том числе такие, как плата за производственные ресурсы, уровень технологии и

производства, цены на приобретаемые материалы и другие товары, налоги и дотации, а также количество продавцов товара [1,4, 5 с. 20-23]. Процесс формирования предложения сельскохозяйственной продукции испытывает на себе действие ряда различных факторов, остановимся на некоторых из них более подробно:

1. *Количество сельскохозяйственных товаропроизводителей:* базой существования любого рынка является наличие производителя продукции. Поэтому уровень предложения молока и молокопродуктов на рынке напрямую зависит от количества производителей.
2. *Количество покупателей.* Стимулирует или наоборот снижает количество предлагаемой продукции на рынок.
3. *Инновационные факторы* подразумевают под собой готовность той или иной организации осуществлять впервые или воспроизвести нововведение [3, с. 274]. Данная группа факторов на сегодняшний день в сельскохозяйственном производстве практически не применяются в силу банальных причин – отсутствие денежных средств в достаточном объеме. Поэтому приходим к выводу, что инновационные факторы в настоящее время не имеют определяющего значения при формировании объема предложения молока и молокопродуктов, но необходимо понимать, что уровень их развития в перспективе будет играть большую роль при формировании предложения продукции на рынке молока.
4. *Цена производства:* количество предлагаемой на рынке сельскохозяйственной продукции будет напрямую зависеть от возможности товаропроизводителя в ее производстве на наиболее выгодных для него условиях. Цена производства – это ключевой вопрос, решаемый на протяжении всего производственного цикла, чем ниже затраты, тем больше возможностей в расширении производственных мощностей, а следовательно, повышении предложения на рынок продукции.
5. *Конкуренция:* низкий уровень качества продукции и высокая конкуренция на аграрном рынке со стороны импортной продукции приводят к тому, что отечественное производство сельскохозяйственной продукции снижается из-за отсутствия рынков сбыта или низкого уровня цен. Но, наличие конкурентной среды стимулирует производство товаров более высокого качества, поиск новых технологий производства и обработки сельскохозяйственной продукции и приводит к росту инвестиций.
6. *Состояние финансово-кредитной сферы:* с приходом рынка и прекращением регулирования сельскохозяйственного производства финансовая ситуация в данной отрасли ухудшилась. Зарубежная практика показывает, что развитие сельскохозяйственного производства в развитых странах невозможно без государственного

вмешательства в силу специфики данного производства. Поэтому от состояния финансово-кредитной сферы зависит не только уровень финансового благополучия сельскохозяйственных товаропроизводителей, но и уровень продовольственной безопасности страны в целом.

7. *Специфические особенности производственного процесса:* объем предложения сельскохозяйственной продукции определяется еще и спецификой производственного процесса, оно связано с живыми организмами. Такая специфика сельскохозяйственного производства снижает степень его зависимости только от человека, поэтому данное производство трудно поддается прогнозу.
8. *Функционирование экономики в сельском хозяйстве:* Формирование рынка сельскохозяйственной продукции в настоящее время происходит под давлением сопряженных этой отраслей. Так сельское хозяйство как основной и единственный производитель продукции оказалось зажатым между отраслями I и III сфер АПК. Из этой отрасли необоснованно изымается значительная часть денежных средств, что приводит к их сокращению. Поэтому от уровня развития экономики в сельском хозяйстве будет зависеть степень развития рынка сельскохозяйственной продукции и перерабатывающих предприятий.
9. *Уровень маркетинговых технологий.* С приходом рыночных отношений появляются и новые методы ведения хозяйства. Для достижения поставленных целей особое значение приобретают глубокое знание рынка и способность эффективно применять современные инструменты воздействия на существующую ситуацию. Совокупность подобных инструментов и составляет основу маркетинга.
10. *Инфраструктура рынка* призвана обеспечить эффективность реализации продукции, наличие объективной информации о работе и развитии рынка, адекватное срабатывание рыночных механизмов. Именно она во многом определяет степень развития рынка сельскохозяйственной продукции. Высокий уровень развития инфраструктуры создает необходимые предпосылки для предоставления равных условий выхода на данный рынок различных участников независимо от форм собственности и объемов предлагаемой продукции.

К особенностям формирования рыночного предложения сельскохозяйственной продукции относятся: зависимость величины предложения от естественных (природных, биологических) факторов, от цены производства; многоканальность формирования предложения; сезонный характер предложения, то есть периодичность предложения основной массы продукции в течение года; низкая эластичность совокупного предложения по цене.

Низкая эластичность предложения сельскохозяйственной продукции обусловлена ее зависимостью от естественных условий и высокой капиталоемкостью сельскохозяйственного производства. Величина предложения продукции определяется процессами расширения и сокращения производства, которые в сельском хозяйстве тесно переплетаются с биологическими процессами.

В связи с этим медленно увеличивается поголовье молочных коров, плодовые насаждения закладываются за много лет до начала их плодоношения и т.п. В таких условиях непросто быстро увеличить объемы предложения. Недостаточная гибкость спроса и предложения сельскохозяйственной продукции в условиях меняющейся рыночной конъюнктуры порождает такую особенность аграрного рынка, как затрудненная адаптация предложения к структурным изменениям развивающейся экономики.

Следует отметить, что на сельскохозяйственных предприятиях производятся различные виды продукции, вследствие этого возникает вопрос о том, какую продукцию производить, так как ресурсы, как нам известно, ограничены. Поэтому в сельском хозяйстве преобладают альтернативные виды продукции. Предприятие при данных ценах производит такие виды продукции, которые обеспечат ему максимальную эффективность (максимум прибыли). Поэтому приоритетными направлениями будут следующие:

1) на сельскохозяйственном предприятии снижение цены на один товар при разумном поведении продавца повлечет за собой расширение производства другого продукта, цена на который неизменна. Так, если цена на мясо упадет, то сельхозтоваропроизводитель будет расширять производство, например, молока;

2) при повышении или снижении цены на продукт сельскохозяйственный производитель не в состоянии быстро реагировать на изменение текущих цен. Так, в краткосрочной перспективе производитель мгновенно не сможет отреагировать на повышение цен. Следовательно, сельскохозяйственное предприятие в долгосрочном периоде больше реагирует на изменение цен и при этом предложение молока варьирует больше, чем в среднесрочном или краткосрочном периоде.

В заключение отметим, что в условиях перехода к рыночной экономике особую значимость приобретают изучение механизма рынка, процессов формирования и развития спроса и предложения, а также выявление их причинно-следственных связей. Теория спроса и предложения применима ко всем секторам экономики, в том числе и к аграрному.

Подводя итог вышеприведённому анализу факторов и особенностей спроса и предложения на рынке сельскохозяйственной продукции, можно сделать следующие выводы:

1. Данный рынок имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от других рынков, что приводит к малоэластичности спроса и предложения на данном рынке и особенностям его формирования и развития.

2. Малоэластичность предложения сельскохозяйственной продукции и спроса на нее приводит к неадекватной работе ценового механизма их саморегулирования на рынке сельскохозяйственной продукции.

3. Спрос на производимую сельскохозяйственными предприятиями продукцию, носит вторичный характер, то есть выступает в качестве средства производства, следовательно, динамика уровня спроса на данную продукцию будет определяться финансовым состоянием предприятий перерабатывающей промышленности, их количеством, среднегодовой производственной мощностью.

4. Специфические особенности спроса и предложения на рынке сельскохозяйственной продукции свидетельствуют о том, что равновесие спроса и предложения в настоящее время не может быть достигнуто без государственного вмешательства в формирование и развитие данного рынка. Автором разработана схема факторов, влияющих на величину цены, спроса и предложения, на базе которой можно более эффективно осуществлять государственное вмешательство путем контроля и регулирования отдельных факторов формирования спроса, предложения и цены на рынке.

Список литературы

1. Фасхиев Х.А. Модель управления инновационной деятельностью предприятия. // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. №4. – С. 11-24.
2. Злобин Е.Ф. Экономика и организация регионального аграрного рынка. Дис. ...д-ра экон. наук. – Москва, 1997. – 373 с.
3. Ильина З.М., Мирочицкая И.В. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия: Учеб. пособие по изуч. курса «Сельскохозяйственные рынки». – Минск.: БГЭУ, 2000. – 226с.
4. Камаев В.Д. и др. Экономическая теория: Учебник. – М.: ВЛАДОС, 1998. – 640 с.
5. Колобова А., Проценко Е. Ценовые взаимоотношения партнеров в аграрном секторе // Экономист. – 2003. – №7. – С. 77-81.
6. Штацман М.А. Производство молока и молочных продуктов // АПК: экономика, управление. – 1997. – №5. – С. 63-67.

PECULIARITIES OF DEMAND AND SUPPLY AT AN AGRICULTURAL REGIONAL MARKET

A.B. Solov'eva

Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics, Tver

The article analyses the peculiarities of demand and supply at an agricultural regional market, describes major factors influencing these indicators.

Keywords: *agricultural market, agricultural market problems, amount of demand, amount of supply, factors and peculiarities of demand and supply.*

Об авторе:

СОЛОВЬЕВА Анна Борисовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Тверской филиал Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 170100, Россия, г. Тверь, ул. Советская, д.58
e-mail: solovyevaab@gmail.com

About the author:

SOLOV'EVA Anna Borisovna – Philosophy Doctor in Economics, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Auditing, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics, Tver-mail: solovyevaab@gmail.com

References

1. Zlobin E.F. Jekonomika i organizacija regional'nogo agrarnogo rynka. Dis. ...d-ra jekon. nauk. – Moskva, 1997. 373s.
2. Il'ina Z.M., Mirochickaja I.V. Rynki sel'skhozjajstvennogo syr'ja i prodovol'stvija: Ucheb. posobie po izuch. kursa «Sel'skhozjajstvennye rynki». – Minsk.: BGJeU, 2000. 226s.
3. Kamaev V.D. i dr. Jekonomicheskaja teorija: Uchebnik. – M.: VLADOS, 1998. 640s.
4. Kolobova A., Proshhenko E. Cenovy vzaimootnoshenija partnerov v agrarnom sektore // Jekonomist. 2003. №7. S.77-81.
5. Shtacman M.A. Proizvodstvo moloka i molochnyh produktov // APK: jekonomika, upravlenie. 1997. №5. S.63-67.
- 6.