DOI: 10.17117/na.2015.09.209

Поступила (Received): 22.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.209.pdf>

Кунашева З.А.
Некоторые особенности формирования спроса на
продукцию в агропродовольственном секторе

Kunasheva Z.A.
Some features of forming of demand on products
in an agro food sector

В статье обобщены некоторые особенности формирования спроса на продовольственные товары. Рассмотрены влияние основных факторов, таких как цена, уровень доходов населения, специфика потребления основных продуктов питания на уровень спроса. Определены также неценовые факторы спроса, оказывающие влияние на поведение потребителя на продовольственном рынке

Ключевые слова: спрос, продовольственные товары, цена, доходы населения

Кунашева Зара Ахъедовна

Кандидат экономических наук, доцент
Кабардино-Балкарский государственный аграрный
университет им. В.М. Кокова
г. Нальчик, пр. Ленина, 1 В

In the article some features of forming of demand are generalized for food goods. Considered influence of basic factors, such so price, level of profits of population, specific of consumption of basic foodstuffs on the value of service. The non-price factors of demand, having influence on behavior of consumer at the food market, are certain also

Key words: demand, food stuffs, price, income of population

Kunasheva Zara Akhedovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kabardino-Balkarian state agrarian university
named V.M. Kokov
Nalchik, Lenin avenue, 1 B

Ориентация на потребителя и на рыночный спрос – обязательное условие устойчивого развития производства, достижения конкурентоспособных преимуществ и материального благополучия товаропроизводителя. Как известно, спрос динамичен и находится под воздействием многих факторов, а именно, экономических, социальных, производственных, бытовых и др.

К экономическим факторам относятся такие, как величина национального дохода, уровень денежных доходов населения, уровень цен, развитие общественного питания.

Важными социальными факторами, влияющими на спрос, являются профессиональный и демографический состав населения, положение людей в общественном производстве и т.д.

К производственным факторам относят объем производства и ассортимент товаров, сезонность производства и заготовок продовольственных товаров и т.д.

К факторам бытового характера относятся колебания в спросе, обусловленные праздниками, изменение вкусов и предпочтений покупателей.

Фактором, определяющим пределы спроса на продовольственные товары, являются физиологические возможности потребления. Обеспечение же рационального питания человека требует, чтобы предложение и спрос развивались в соответствии с рациональными физиологическими нормами потребления.

Объем спроса на продукты питания определяется следующими факторами: количество населения; структура потребностей населения; доля затрат на потребление продукции в общей структуре затрат; уровень доходов потребителя; цена на продукты питания.

Зависимость спроса от цены следует назвать важным фактором формирования спроса. Для анализа зависимости спроса от цены следует учитывать два явления: – «эффект Хикса» и «эффект Маршалла», которые иначе называются «эффектом дохода» и «эффектом замещения».

Согласно «эффекта Хикса» изменение рыночных ценности влечет за собой изменение уровня дохода потребителя в том смысле, что он при понижении ценности получает добавочный доход, поскольку может теперь за каждую единицу денег приобрести большее, чем раньше, количество товара, и, таким образом, спрос увеличивается. Однако это увеличение спроса распространяется не на все товары, а лишь на так называемые товары «высшего» ряда, то есть на товары, соответствующие «высшим» потребностям. Что касается товаров «низшего» ряда, то спрос на них в этом случае либо остается неизменным, либо сокращается.

«Эффект Маршалла» отражает обратную сторону того явления, который выражает «эффект Хикса». Содержание эффекта заключается в том, что понижение цены на товар делает этот товар более конкурентоспособным по сравнению с другими товарами, а повышение цены, наоборот, снижает его конкурентоспособность. Вследствие снижения цены спрос возрастает и данный товар становится заменителем других товаров в потреблении. При увеличении цены спрос понижается, и товар, цена на который повысилась, вытесняется из потребления другими, более дешевыми продуктами [1, с. 318].

Таким образом, зависимость спроса от цены находится под влиянием следующих факторов:

1) характер товара. Если товар рассматривается потребителем как предмет первой необходимости, спрос на него, как правило, малоэластичен и почти не изменяется под влиянием цены;

2) значение расходов на данный товар для бюджета семьи. Если расходы на приобретение данного товара занимают лишь незначительный удельный вес в общих расходах семьи, то спрос на него неэластичен, с повышением удельного веса расходов повышается и эластичность спроса;

3) наличие заменителей (субститутов). В том случае, когда цена на какой-либо товар повышается, потребитель может заменить его другим товаром, способным удовлетворить ту же самую потребность; спрос на такие товары, как правило, эластичен;

4) уровень дохода потребителя. Спрос потребителя на товар, являющийся для него предметом первой необходимости, неэластичен. Это объясняется тем, что потребитель с низким доходом не имеет возможности покупать товар, не являющийся предметом первой необходимости, если цена этого товара повышается.

При анализе потребительского поведения следует также учитывать «парадокс Гиффена» – ситуация, при которой увеличение цены на товар не приводит к уменьшению спроса, а, наоборот, к повышению. Когда товар является основным пищевым продуктом, то спрос на него не может сократиться, как бы ни повышалась цена.

Как правило, «парадокс Гиффена» характерен для групп населения с низким уровнем доходов, где основная доля поступлений расходуется на приобретение продуктов питания. Поэтому этот «парадокс» называют еще характерным для «poor man's goods» – «товары бедняков» [1, с.320].

Вторым после цены фактором, определяющим уровень спроса, является доход населения. Как правило, чем меньше доход семьи, тем большая часть его расходуется на питание, и что питание, кроме того, ухудшается. Этот вывод подтверждает первый «закон Энгеля», согласно которому с увеличением доходов спрос на продовольствие падает и, наоборот, с падением доходов – относительно растет. Действительно, при росте доходов населения, как правило, увеличивается спрос на дорогостоящие товары и услуги, но при этом снижается спрос этой группы населения на более дешевые и низкокалорийные продукты питания.

Для покупателей с низким и снижающимся уровнем дохода, что весьма часто встречается у значительной части населения нашей страны, наблюдается другая ситуация: при снижении доходов покупательский спрос на дорогостоящие товары высшей категории падает, но одновременно растет на относительно дешевые.

Из факторов спроса, тормозящих рост или сдерживающих его падение, следует также выделить факторы, связанные со спецификой потребления продуктов питания. В отличие от непродуктивных товаров расширение спроса в данном случае имеет определенные пределы, которые обусловлены физиологическими границами потребления. Потребности по мере их приближения к пределу их насыщения, при прочих равных условиях, сокращаются даже при росте доходов населения.

Таким образом, специфика конъюнктуры продовольственного рынка проявляется в действиях закона насыщения потребностей в продуктах питания и закона спроса.

Неценовые факторы спроса оказывают также существенное влияние на поведение потребителя. Это: вкусы потребителей, цены на взаимозаменяемые продукты и т.д. Также покупатели различно реагируют на рекламу, предъявляют свои требования к качеству потребительских товаров [2, с.118].

Важным направлением изучения спроса следует назвать оценку и изучение количественных связей между спросом и ценами, спросом и доходом. Главным показателем, исчисляемым при подобных разработках, является ко-

ээффициент эластичности. Правильная оценка спроса и своевременное выявление изменений в нем позволяет увязать производство с потребностями населения и тем самым обеспечить более полное их удовлетворение.

Список используемых источников:

1. Козырев В.М. Основы современной экономики. М.: Финансы и статистика, 2009. 544 с.
2. Стуканова И. Изучение спроса на рынке продуктов питания // Маркетинг. 2009. № 1(104). С. 116-127.

© 2015, Кунашева З.А.

Некоторые особенности формирования спроса на продукцию в агропродовольственном секторе

© 2015, Kunasheva Z.A.

Some features of forming of demand on products in an agro food sector