

УДК 338.43

Н.В. ТУМАЛАНОВ,

кандидат экономических наук, профессор

Чувашский государственный университет,

Т.А. НИКОЛАЕВА,

доцент

Чебоксарский кооперативный институт (филиал)

Российского университета кооперации

ВОЗМОЖНОСТИ АДАПТАЦИИ АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА К СОВРЕМЕННЫМ УСЛОВИЯМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ¹

В статье охарактеризовано изменение рыночного положения аграрного производителя и предпосылки, его обуславливающие. Определены и обоснованы направления адаптации аграрного производства к новым условиям на основе дифференциации продукции, исходя из характера спроса на различные группы товаров на рынке продовольствия.

Условия функционирования аграрного сектора меняются, и чем динамичней экономическая система развивается, тем стремительней происходят эти изменения и значительней их результаты. Эти изменения можно рассматривать по следующим направлениям:

а) обеспеченности производственными ресурсами;

б) со стороны потребителей – по характеру спроса;

в) со стороны предложения – изменения как общих, так и частных условий производства и реализации.

В отечественной экономике обеспеченность производственными ресурсами имеет тенденцию к изменению не в лучшую сторону. Падает показатель обеспеченности трудовыми ресурсами из-за неполного воспроизводства рабочей силы, сокращения численности населения трудоспособного возраста вследствие демографического кризиса. Ухудшается качество значительной части рабочей силы, происходит ее деградация из-за длительной не востребоваемости. Ухудшается и качество другого базового производственного ресурса – зем-

ли. Происходит эрозия, ухудшается плодородие почвы, сельскохозяйственные угодья зарастают кустарником, лесом. Стареет плохо обновляемый основной капитал. В современном отечественном сельском хозяйстве это происходит одновременно, поскольку у аграрных производителей из-за диспаритета цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию не остается средств даже для простого воспроизводства основного капитала. Так, обеспеченность основными видами сельскохозяйственной техники по сопоставимой мощности и производительности в 2009 г. по отношению к 2000 г. составила:

– по тракторам – 56%;

– по зерноуборочным комбайнам – 62%;

– по картофелеуборочным комбайнам – 58%;

– по свеклоуборочным машинам – 48%;

– по дождевальным и поливным машинам и установкам – 33%.

Трудовые ресурсы, базовый фактор производства, пока еще имеются, хотя и неоднозначны по квалификации и качеству. Объективным показателем в этом отношении является эффективность сельскохозяйственного труда. Ее можно измерить

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект 11-02-00569а; 11-12-21011 а/в).

при помощи соответствующего коэффициента, рассчитываемого следующим образом:

$$\varepsilon_{c/x} = \frac{d_3}{d_{\text{ВРП}}},$$

где d_3 – доля занятых в сельском хозяйстве; $d_{\text{ВРП}}$ – доля сельского хозяйства в валовом региональном продукте.

В Чувашской Республике эффективность сельскохозяйственного труда в последние годы несколько снизилась, о чем свидетельствуют коэффициенты эффективности, рассчитанные в табл. 1.

Обеспеченность трудовыми ресурсами в регионе в целом удовлетворительная. Результаты эмпирических исследований подтверждают то, что в сельской местности в Чувашской Республике люди трудоспособного возраста готовы работать в аграрных хозяйствах за относительно невысокую заработную плату. Аграрные предприятия Чувашии имеют определенное преимущество по затратам на оплату труда в своей отрасли.

По существу, это обстоятельство является предпосылкой для повышения конкурентоспособности аграрной отрасли региона. Однако для ее реализации необходимы и другие условия. Важнейшим из них является дальнейшая (после реализации аграрным хозяйствам) обработка сырого продовольствия предприятиями пищевой промышленности, доведение его до готового для потребления вида. Именно это позволяет производителям региона создать максимальную сумму добавленной стоимости. Кроме того, на стадии обработки появляется возможность реализовать преимущества экологической чистоты продукта, осуществлять дифференциацию его по различным характеристикам, от вкусовых качеств до упаковки, сроков хранения. При этом у производителей появляется возможность не только ориентироваться на спрос, но и воздействовать на него.

Необходимо исходить из того, что изменение условий функционирования происходит также со стороны спроса на продукцию аграрного сектора. Происходят изменения в самом характере спроса на продовольствие вообще и на сырую продовольственную продукцию, производимую аграрными хозяйствами, в частности. Это вызвано тем, что у отдельных видов продовольствия снижение

предельной полезности не такое стремительное, как у большинства его видов, что является предпосылкой к повышению эластичности спроса на них как по цене, так и по доходу потребителя. На практике это проявляется при конъюнктурных колебаниях и изменении уровня доходов потребителей. Спрос на какие-то виды продовольствия сокращается, а на другие виды – повышается. В этой сфере следует выяснить, при каких обстоятельствах эластичность спроса товара по цене, имеющего по рыночной природе своей жесткий спрос и резкое снижение предельной полезности, при фазе экономического подъема повышается? Можно ли каким-либо отдельным или системным воздействием способствовать повышению эластичности спроса продовольственной продукции по цене и может ли использовать это повышение эластичности для улучшения своего положения на рынке производитель сельскохозяйственной продукции?

Чтобы ответить на эти вопросы, целесообразно рассматривать случаи повышения эластичности спроса на отдельные виды продовольствия при фазе подъема, когда и номинальные, и реальные доходы потребителей растут. Надо выявить предпосылки к изменению спроса потребителя с ростом его доходов на данный вид товара. Очевидно, по общим показателям спрос потребителей на продовольствие при росте доходов повысится. Но реальную картину могут дать только относительные показатели. Для этого можно рассмотреть изменение спроса и относительных расходов потребителей на две группы товаров: «хлеб» и «автомобиль» при общем росте доходов населения. Очевидно, что потребление хлеба и при неизменных доходах, и при их росте мало отличается. Спрос на хлеб при росте доходов вряд ли увеличится. Это касается и ряда других продуктов, производных от зерна: круп, риса, гороха, а также картофеля и других видов овощей. Связано это с тем же характером оценки потребителем продуктов этой группы, который отличается резким падением предельной полезности при росте объема потребления. Жесткость спроса на эти товары очень высокая, эластичность по доходу – почти нулевая [1].

Спрос же на автомобили при росте доходов населения обычно возрастает, и чем быстрее рост доходов, тем стремительней растет спрос на этот

вид товара. Оценка же потребителем автомобиля сильно отличается от его оценки простых продуктов питания. Результаты этих оценок имеют большое различие. Если повышение доходов на фазе подъема привело к покупке потребителем автомобиля и это прибавило к совокупным расходам 300 тыс. руб., то, чтобы дать такой же конечный результат по хлебу и хлебобулочным изделиям, необходимо увеличить их суточное потребление на 50 руб., и только в течение примерно 17 лет образуется сопоставимая сумма совокупных доходов.

С точки зрения отдельных продавцов и покупателей, различие в жесткости спроса и строении рынков – показатель, на первый взгляд, абстрактный, обезличенный. На практике же, особенно во взаимодействии, они дают результаты, которые резко меняют положение производителей различных групп товаров. Как правило, эти изменения касаются и положения производителей агропродовольственной продукции.

Нам представляется, что в адаптации аграрной отрасли к новым условиям следует обратить внимание на возможность смягчения жесткости спроса на продовольствие, приобретение им более эластичного характера.

Товары, относящиеся к группе «нормальных», спрос на которые при увеличении доходов населения растет, сюда можно отнести высококачественные, относительно дорогие продовольственные товары, ценные виды мясной, рыбной продукции, некоторые виды овощей, фруктов, ягод с точки зрения реакции на изменение доходов потребителя и цены ведет себя «правильнее» других. При возрастании доходов населения спрос на нормальные товары растет, а сокращение доходов вызывает уменьшение объема спроса на них. С ростом объема их предложения цена на них падает, с ростом же объема спроса цена снижается. Но с точки зрения реакции спроса на изменение цены это не так. Спрос на эту группу товаров хотя и не такой жесткий по цене, как на «низшие» товары, но значительно жестче, чем на большинство групп промышленных товаров. Аналогично положение с реакцией спроса на изменение доходов потребителей. Объем спроса с повышением уровня доходов растет, но не в той мере, в какой растет в этих условиях у промышленных товаров, в особенности если взять не по

количеству продуктов в физическом объеме, а по суммарным стоимостным показателям. В то же время нельзя сказать, что продовольственные товары, относящиеся к группе «нормальных» товаров, не могут увеличить эластичность реакции потребителя по цене. Рост доходов населения при некотором росте цен на продовольствие побуждает часть потребителей переходить на потребление более качественных продуктов. В условиях же современной отечественной экономики большая часть населения питается преимущественно продуктами, относящимися к группе «низших» товаров. И потому эта часть населения при снижении цены на «нормальные» товары будет переходить к питанию ими. Это означает, что данная группа товаров проявляет большую степень эластичности по цене.

Таким образом, рассмотрение рынка продовольствия со стороны спроса показывает, что закономерности поведения потребителя при различных изменениях макроэкономических ситуаций в сторону, благоприятствующую производителям продовольствия, способны снижать жесткость спроса на продовольствие и по цене, и по доходам; сделать спрос более эластичным и с той, и с другой стороны.

Эластичность спроса по доходу по продовольственной продукции является более динамичной, нежели по цене. Изменение общей конъюнктуры, смена спада подъемом или подъема спадом, влияющие на уровень доходов, влияют не только на общий объем спроса на продовольствие, но и на структуру этого спроса. Разнородность структуры спроса и обеспечивает приспособление рынка продовольствия к изменившейся конъюнктуре. Поэтому, если исходить из оптимистических прогнозов по стабильному росту реальных доходов населения, то наибольшие выгоды сулит специализация на производстве высококачественной продовольственной продукции. Напротив, прогнозы на спад и сокращение доходов населения побуждают обратить внимание на продовольственную продукцию группы низших товаров, спрос на которые, скорее всего, будет возрастать именно при этой ситуации на рынке.

Есть возможности воздействовать и на оценку потребителями полезности товара. Со стороны спроса активизация реакции потребителя на ценовые сигналы может обеспечиваться изменением

физических и рыночных характеристик товара. Дифференциация продукции может происходить по экологической чистоте, по качеству в целом, по внешней привлекательности, по срокам хранения и другим показателям. Она облегчает перемещение продукции из группы в группу. Так, некоторые «низшие» товары становятся по признаку оценки потребителя в ряд «нормальных» товаров. Так случается, к примеру, когда некоторые овощи, фрукты доводятся до последней стадии обработки; при этом обработка высококачественная, улучшающая привлекательность продукта для потребителя.

Переработка сельскохозяйственной продукции даст возможность назначать справедливые цены, в то время как производители агропродовольственной продукции такой возможности не имеют в силу сложившейся структуры конкурентного рынка. Поскольку рынок агропродовольственной продукции со стороны предложения атомистичен, то ни один отдельно взятый продавец не может оказать существенного влияния на цену. На рынке сельскохозяйственного сырья производитель часто не может назначить отпускные цены даже по издержкам и вынужден полностью подчиняться рынку. Значительно осложняют ситуацию в этой сфере образовавшиеся диспропорции между ценами на ресурсы и ценами реализации сельскохозяйственной продукции. Здесь, в отличие от большинства конкурентных рынков, действует эффект цены, который связан с физическими свойствами необработанного сырья, а также падением оценки предельной полезности при достаточном насыщении конечного потребителя.

В целом, дифференциация продукции, прежде всего по качеству, по-своему разделяет товары на группы, уже не столько по частной оценке их потребителем, сколько по общим характеристикам: продукты высокого качества, экологически чистые, без искусственных добавок; вследствие относительной дороговизны потребители их – люди с высокими доходами, для которых

расходы на продукты питания составляют малую часть общих расходов; продукты, для потребителей которых качество, экологическая чистота продовольствия существенной роли не играют; главное для них – доступная цена.

Большинство продовольственной продукции первой группы по характеру спроса на них, очевидно, остаются «нормальными» товарами, но их потребление доступно ограниченной группе потребителей. Такое разделение рынка продовольствия можно считать фактором, который основательно меняет условия производственного и рыночного функционирования аграрных хозяйств. Производителям региона и руководителям отрасли, осуществляющим аграрную политику, в прогнозировании и планировании необходимо в своей деятельности исходить из этой сложившейся рыночной действительности.

Таким образом, для аграрной отрасли региона начальным условием повышения конкурентоспособности и адаптации к новым условиям является использование, сообразуясь с факторной теорией специализации, преимуществ обеспеченности производственными ресурсами. В некоторых регионах России аграрные хозяйства имеют возможность использовать относительно дешевую рабочую силу, снижать издержки.

Успешной адаптации к усложняющимся условиям конкуренции способствует полное использование цепочки создания стоимости производителями региона, доведение продукции до последней степени обработки. Это дает возможность в соответствии с теорией потребительского поведения и достижениями стратегического анализа отраслевых рынков, в полной мере использовать выгоды дифференциации продукции, ее экологической чистоты и высокого качества.

Список литературы

1. Тумаланов Н.В. Экономическая природа земельной ренты. – Чебоксары: РГУП «ИПК «Чувашия», 2005. – С. 212.

В редакцию материал поступил 06.06.11

Ключевые слова: аграрная отрасль, адаптация к новым условиям, трудовые ресурсы, дифференциация продукции, издержки, эластичность спроса по цене и по доходу, «нормальные товары», «низшие» товары.
