

Գյուղատնտեսական մթերքների գների սեզոնայնությունը

2002-09-03

ԱՓ 08/02-03

Հայաստանի Հանրապետության
կենտրոնական բանկ

Աշխատանքային Փաստաթուղթ
Դրամավարկային Քաղաքականության Վարչություն

Գյուղատնտեսական մթերքների գների սեզոնայնությունը
Արթուր Նախշիկյան

Ներածություն

Գաղտնիք չէ, որ գյուղատնտեսության թողարկման սեզոնայնությունն ամենամեծն է տնտեսության ճյուղերում: Դրա պատճառով էական սեզոնային տատանումներ են արձանագրվում ինչպես ՀՆԱ, այնպես էլ սպառողական գների վարքագծում: Եթե ՀՆԱ-ի դեպքում պատճառը ակնհայտ է (գյուղատնտեսության ավելացված արժեքը ուղղակիորեն մտնում է ՀՆԱ-ի մեջ), ապա սպառողական գների կողմից սեզոնայնության ազդեցությունը կրելու հիմնական պատճառը գյուղատնտեսական ապրանքների անմրցունակությունն է (untradable): Այսինքն, եթե որևիցե մրցունակ ապրանք ներքին տնտեսությունում թողարկվում է որոշակի սեզոնայնությամբ, ապա դրա գինը շուկայում սեզոնային տատանումների քիչ է ենթարկվում, քանի որ շուկայում ներքին առաջարկի պակասուրդը բավարարվում է ներմուծման հաշվին: Եվ, քանի որ գյուղատնտեսական մթերքները մրցունակ չեն, ներմուծման գործոնը բացակայում է: Բացի մրցունակությունից, մեր տնտեսությունում գյուղատնտեսական մթերքների նկատմամբ պահանջարկը ևս ձեռք է բերել որոշակի սեզոնայնություն՝ հարմարվելով առաջարկի սեզոնայնությանը, և ըստ էության էլաստիկ չէ նաև հավանական ներմուծվող մթերքներից:

Գյուղատնտեսական մթերքների գերակշիռ մասը իրացվում է երկու-երեք ամիսների ընթացքում, որը սակայն բնավ չի նշանակում, որ ողջ ծավալը սպառվում է այդ կարճ ժամանակահատվածում: Սպառողները, կենտրոնացնելով պահանջարկը տվյալ

սեզոնում, կուտակում են պաշարներ: Նրանք իրականացնում են պահեստավորում, որը որպես կանոն այլ ճյուղերի ապրանքների դեպքում կատարում է իրացնողը:

Սպառողների նման վարքագիծը կարելի է բացատրել այն հանգամանքով, որ արտադրողները պահեստավորելու բավարար հնարավորություններ չունեն: Չի բացառվում նաև ավանդույթի գործոնը, այսինքն՝ չի իրականացվել մինչ օրս, և դա սովորական երևույթ է թե գնորդի և թե վաճառողի համար:

Այնուհանդերձ, ակնհայտ իրականությունն այն է, որ գյուղատնտեսական մթերքների թողարկումն ունի որոշակի սեզոնայնություն: Մթերքների գերակշիռ մասը շուկա է մտնում որոշակի կարճ ժամանակահատվածում և նույն այդ ընթացքում ձևավորվում է գրեթե նույն ծավալի պահանջարկ: Այս պայմաններում, գյուղատնտեսական մթերքների թողարկման հիմնական սեզոնին մենք ականատես ենք լինում գյուղատնտեսական մթերքների գների տատանումների: Այդ տատանումները ձեռք են բերում տարբեր դրսևորումներ, որոնք գնահատելու համար պայմանականորեն սահմանվում են հետևյալ երկու ցուցանիշները՝ դեֆլյացիոն ժամանակահատվածի երկարություն (դեֆլյացիայի սկսվելու և ավարտվելու միջև ընկած ժամանակահատվածը) և դեֆլյացիոն ժամանակահատվածի սրություն: Վերջինս ենթադրում է դեֆլյացիոն ժամանակահատվածի ընթացքում ժամանակի միավորի հաշվով՝ օրինակ մեկ ամիս, գների արձանագրված անկման միջին մեծությունը: Երկու ցուցանիշներն էլ պայմանավորված են տվյալ ժամանակահատվածում (սեզոնի ընթացքում) սեզոնային պահանջարկի և սեզոնային առաջարկի բաշխմամբ, դրանց կենտրոնացման ժամանակահատվածների միջև եղած ժամանակային լագով:

Կարևորելով գների սեզոնային տատանումների խնդիրը՝ փորձենք վերլուծել սեզոնային առաջարկի և պահանջարկի բաշխումները պայմանավորող գործոնները և երևույթները:

Սեզոնային ժամանակահատված պայմանականորեն դիտարկվել է ապրիլ-սեպտեմբեր ամիսները, այսինքն տարվա երկրորդ և երրորդ եռամսյակները, երբ կենտրոնանում է գյուղմթերքների թողարկման գերակշիռ մասը: Հարկ ենք համարում նշել, որ ոչ բոլոր գյուղատնտեսական մթերքներն են որ հիմնականում իրացվում են այդ ժամանակահատվածում: Մասնավորապես խաղողի իրացումը կազմում է 26%, մրգինը՝ 40%, որից խնձորը՝ 6% իսկ տանձը 18%: Այս հանգամանքը բնականաբար չի անտեսվել և իր նշանակությունն է ունեցել արված դատողություններում:

Վերլուծության համար օգտագործվել են սեզոնի վերաբերյալ ՍԳԻ կազմում գյուղատնտեսական մթերքների գների՝ որոնք կազմում են 23%, և գյուղատնտեսական մթերքների թողարկման ծավալների իրական աճերի ամսեկան

պաշտոնական տեղեկատվությունը:

[Գյուղատնտեսական մթերքների գների սեզոնայնությունը](#)