

## NIEKTÓRE CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA KONSUMPCJĘ MASŁA I MARGARYNY<sup>1</sup>

Zapotrzebowanie na tłuszcz pokrywane jest częściowo przez tzw. tłuszcz „niewidoczny”, zawarty w pokarmach, jak np. w mleku, mięsie, serze, itp., częściowo zaś przez tłuszcze właściwe, jak masło, margaryna, słonina oraz inne tłuszcze pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, używane przez przemysł spożywczy do pieczenia lub smażenia. Ogólny poziom spożycia tłuszczów, stosunek tłuszczów właściwych do „niewidocznych” oraz poziom konsumpcji tłuszczów właściwych używanych do chleba, pieczenia itp. ulega znacznym wahaniom zarówno pomiędzy poszczególnymi krajami, jak i w obrębie jednego kraju. W okręgu Śródziemnomorskim i w Ameryce Łacińskiej zastosowanie tłuszczu jako dodatku do chleba jest minimalne. Tłuszcz, przeważnie w postaci oleju lub oliwy, znajduje zastosowanie do pieczenia, smażenia oraz do stołu. Natomiast w Europie północno-zachodniej spotykamy dosyć niską konsumpcję tłuszczu płynnego, natomiast wysokie zużycie tłuszczu stałego jako dodatku do chleba, jak też do przyrządzania potraw. W Ameryce Północnej występują znaczne rejonowe wahania konsumpcji tłuszczu.

Tabela 1 obrazuje konsumpcję właściwego tłuszczu w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej w latach 1955/56 i 1960/61 podając jednocześnie udział obu tych artykułów w ogólnej konsumpcji.

We Włoszech masło i margaryna pokrywają jedynie 15% ogólnego spożycia tłuszczu właściwego, ponieważ większość zapotrzebowania na tłuszcz pokrywana jest przez oliwę. W krajach skandynawskich natomiast zużycie masła i margaryny obejmuje 85—95% konsumpcji tłuszczu. Stosunkowo niewielkie znaczenie masła i margaryny w ogólnej konsumpcji tłuszczu w Austrii wynika z wysokiego spożycia słoniny i łoju (ok. 30% całkowitego zapotrzebowania na tłuszcz), podczas gdy w Ameryce Północnej 30% całkowitego zapotrzebowania na tłuszcz pokrywane jest przez tłuszcz preparowany przez przemysł spożywczy z tłuszczów roślinnych i zwierzęcych.

Stopień zaakceptowania przez konsumentów margaryny w odpowiednim gatunku jako ekwiwalentu masła, zależy przede wszystkim od korzystnego stosunku cen, stanowiącego rekompensatę naturalnej skłonności konsumenta do masła. Zmiany w poziomie konsumpcji masła i margaryny w ciągu ostatnich lat wynikają z ulepszenia gatunku margaryny, zmian stosunku cen masła i margaryny, ze zwiększenia dochodu na głowę ludności oraz ze zmian przyzwyczajzeń konsumentów, spowodowanych częściowo systemem racjonowania żywności w czasie wojny i w okresie bezpośrednio po wojnie, częściowo zaś wynikających z domniemywanego powiązania zjawiska występowania chorób serca z wysokim spożyciem tłuszczów zwierzęcych.

### Rozwój spożycia masła i margaryny

Trudności, na które w ostatnich latach napotykały poszczególne rynki mleczarskie, w szczególności angielski rynek masła w 1958 i 1961 r., wynikały ze stale wzrastającej produkcji mleka, przewyższającej konsumpcję, co praktycznie biorąc miało miejsce we wszystkich krajach o rozwiniętej produkcji mleczarskiej. Ponieważ zjawisko braku równowagi wydaje się mieć charakter stały, zwrócono baczniejszą uwagę na powiązania zachodzące pomiędzy poziomem mleka i produktów mleczarskich a konsumpcją produktów konkurencyjnych.

<sup>1</sup> Opracowano na podstawie art. K. R. Ellinger pt. „Some Factors Affecting Butter and Margarine consumption” zamieszczonego w Monthly Bulletin of Agricultural Economics and Statistics nr 7/8, 1963.

Tabela 1

## Konsumpcja tłuszczu

Kraj	1955/56			1960/61		
	ogólna konsumpcja tłuszczu właściwego w kg czystego składnika	% masła	% margaryny	ogólna konsumpcja tłuszczu właściwego w kg czystego składnika	% masła	% margaryny
Austria	18,0	23	15	18,1	20	20
Belgia	22,4	42	35	21,0	31	43
Dania	25,8	28	62	27,7	31	55
Finlandia	22,3	66	28	23,4	68	25
Francja	17,1	35	9	28,4	35	10
NRF	25,4	22	41	25,2	27	34
Irlandia	20,9	70	9	19,4	66	14
Włochy	13,6	9	5	17,3	9	6
Holandia	24,1	10	65	25,9	17	59
Norwegia	27,4	12	72	23,1	14	81
Szwecja	20,5	38	57	21,9	35	58
Szwajcaria	16,8	31	10	19,2	26	9
W. Brytania	21,9	25	19	22,7	31	22
Kanada	18,8	40	15	21,7	28	17
USA	20,5	16	15	20,7	14	17

W krajach rozwiniętych gospodarczo większość nadwyżek mleka została przeznaczona na produkcję masła. Wraz z konsekwentnie wzrastającymi w wielu eksportujących krajach zapasami masła, zwiększyła się obawa przemysłu mleczarskiego co do ujemnego wpływu margaryny na konsumpcję masła. Obawy te wydają się uzasadnione, jeśli porównamy światowy rozwój produkcji masła i margaryny w ostatnich latach (tabela 2). Jak wynika z danych tabeli, produkcja margaryny uległa w ciągu ostatnich 15 lat podwojeniu. Oznacza to, że podczas gdy w 1948 r. produkcja margaryny stanowiła wg wagi zawartego tłuszczu ok. 6% produkcji masła, to w latach 1956/57 produkcja tych artykułów uległa praktycznie zrównaniu. Pomimo, iż od tego czasu masło jak gdyby częściowo odzyskało swoje dawne znaczenie, to jednak należy pamiętać o tym, iż o ile produkcja margaryny prawie równa się konsumpcji, tzn. praktycznie niema zapasów margaryny, o tyle zapasy masła we wszystkich ważniejszych krajach rozwiniętych gospodarczo wzrosły gwałtownie w ciągu ostatnich lat (z 215 tys. ton na koniec 1956 r. do 422 tys. ton na koniec 1962 r.).

Jeśli powyższe zmiany w zapasach masła odejmiemy od produkcji, wówczas stosunkowy spadek znaczenia masła w porównaniu z margaryną wystąpi jeszcze jaskrawiej. Należy również podkreślić, że o ile w odniesieniu do krajów Europy Zachodniej w ostatnich latach zaznaczył się nieznaczny spadek konsumpcji margaryny na głowę mieszkańca, to w krajach słabo rozwiniętych zaznacza się stały jej wzrost. W odniesieniu do 9 krajów Azji i Bliskiego Wschodu, dla których FAO posiada miarodajne dane statystyczne (Indie, Pakistan, Japonia, Indonezja, Malaje, Filipiny, Izrael, Turcja, Syria) produkcja margaryny łącznie z vanaspati<sup>1</sup> wzrosła z 340 tys. w 1956 r. do 490 tys. ton w 1961 r., co odpowiada wzrostowi udziału margaryny w produkcji światowej z 9,2% w 1956 r. na 12,2% w 1961 r.

<sup>1</sup> Vanaspati jest to produkt o właściwościach i zastosowaniu podobnym do margaryny, zawierający w przeważającej części olej kokosowy, popularny w krajach Bliskiego i Dalekiego Wschodu.

Tabela 2

**Światowa produkcja masła i margaryny**  
(rocznie w tys. ton)

Okres	Margaryna	Masło	Stosunek produkcji masła do margaryny
1948—49	1 555	3 155	2,03
1950—51	2 065	3 421	1,66
1952—53	2 545	3 581	1,41
1954—55	2 859	3 815	1,33
1956—57	3 054	3 926	1,29
1958—59	3 117	4 100	1,32
1960—61	3 337	4 490	1,35

W zakresie spożycia masła i margaryny na głowę mieszkańca zachodzą znaczne różnice pomiędzy krajami Europy Zachodniej i Ameryką Północną. W Europie ogólna konsumpcja masła i margaryny znacznie przewyższa poziom przedwojenny i przejawia dalsze tendencje wzrostu. W Ameryce natomiast znajduje się ona poniżej poziomu przedwojennego stabilizując się od czasu zakończenia wojny na poziomie 8,2 kg rocznie na głowę. Dla porównania podajemy konsumpcję masła i margaryny w kilku krajach przed wojną i w 1961/62 r. na głowę mieszkańca rocznie (tab. 3).

Tabela 3

**Spożycie masła i margaryny na głowę mieszkańca rocznie**

Kraj	Produkt	Spożycie	
		przed wojną kg	w 1961/62 kg
Austria	masło	3,7	4,9
	margaryna	1,5	4,3
Dania	masło	8,6	10,8
	margaryna	21,5	18,8
NRF	masło	8,3	8,7
	margaryna	6,1	10,2
Holandia	masło	6,4	5,3
	margaryna	6,1	20,1
Norwegia	masło	7,8	4,2
	margaryna	18,7	22,9
W. Brytania	masło	11,2	9,3
	margaryna	3,9	5,9
St. Zjednocz. i Kanada (śr. ważona)	masło	8,3	3,8
	margaryna	1,3	4,4

Zarówno w Europie Zachodniej jak i Ameryce Północnej konsumpcja masła w 1960/61 r. kształtowała się poniżej konsumpcji margaryny (odpowiednio: 8,3 masło i 9,1 margaryna oraz 3,9 masło i 4,3 margaryna). Od ok. 1950 r. na kontynencie europejskim zaznacza się wzrost konsumpcji masła. Jeśli ten trend się utrzyma, w roku 1965 można się spodziewać zrównania spożycia masła i margaryny na głowę ludności, zaś w 1970 r. przekroczenia 10 kg konsumpcji masła na

głową rocznie i spadku konsumpcji margaryny poniżej 8 kg. Odwrotny rozwój obserwujemy w Ameryce Północnej, gdzie od 1956/57 r. spożycie masła na głowę spadło, zaś spożycie margaryny równoległe wzrosło. W 1959/60 r. spożycie margaryny przekroczyło spożycie masła i nie wydaje się, aby trend ten uległ zmianie w najbliższej przyszłości.

Jeśli chodzi o Anglię, to spożycie masła wzrosło gwałtownie po zniesieniu systemu kartkowego, przewyższając w r. 1956/57 spożycie margaryny. Stosunkowo wysokie ceny masła w 1959 r. wpłynęły na spadek spożycia masła i zwiększenie konsumpcji margaryny. W 1961 r. osiągnięto ponownie poziom spożycia masła z 1958 r., jednak dotychczas nie osiągnięto jeszcze przedwojennego poziomu spożycia masła.

### Czynniki wpływające na konsumpcję masła i margaryny

#### Cena detaliczna masła i margaryny

Postęp techniczny i dostępność surowców pozwalają dziś produkować margarynę o wyrównanej, wysokiej jakości. Ponieważ surowce używane do produkcji margaryny są znacznie tańsze aniżeli śmietana, margaryna może być sprzedawana po cenie znacznie niższej niż masło. Różnica ceny obu tych produktów jest zwiększona sezonowością produkcji masła, które wymaga kosztownego składowania chłodniczego. Zarządzenia z zakresu polityki rolnej, używające cen płaconych producentowi za mleko jako głównego środka podtrzymującego dochód rolnika, zmierzają do dalszego podniesienia poziomu cen na masło. We Francji ceny masła w okresie 1956 i 1961 r. wzrosły o 14%, podczas gdy ceny margaryny pozostały praktycznie te same. W Kanadzie ceny masła w tym samym okresie wzrosły o 12%, podczas gdy ceny margaryny spadły o 8%. W niektórych państwach (Dania, NRF, Holandia i inne) ceny masła w stosunku do cen margaryny spadły, podczas gdy np. w Belgii nie zaszły w tym czasie żadne zmiany.

Jeśli chodzi o poziom konsumpcji w tym samym okresie, widać wyraźną zależność pomiędzy stosunkiem ceny masła do ceny margaryny a poziomem spożycia tych artykułów. W Stanach Zjednoczonych i Szwecji obserwujemy silny spadek spożycia masła i jednocześnie wzrost spożycia margaryny. Ogólnie jednak niższa cen na masło i margarynę wpływa na wzrost udziału masła w ogólnej konsumpcji masła i margaryny.

#### Wpływ poziomu dochodów

Obok upodobań smakowych, które mogłyby wpłynąć na poziom spożycia masła w wielu krajach Europy spożycie masła posiada pewne cechy prestiżowe. Nic dziwnego więc, że spożycie masła związane jest bezpośrednio z poziomem dochodu. W wielu krajach popyt na masło w warunkach aktualnego poziomu dochodu wykazuje umiarkowaną elastyczność dochodową, podczas gdy margaryna wykazuje ujemną elastyczność w stosunku do dochodu. Należałoby oczekiwać, że w warunkach rosnącego dobrobytu, masło w znacznej mierze zastąpi margarynę. Jednak z rosnącym dochodem zmniejsza się elastyczność popytu na masło.

Wydaje się, iż istnieje dość ścisła korelacja pomiędzy siłą nabywczą zarobków robotniczych a konsumpcją masła, aczkolwiek bliższe badania ujawniły, iż cena płacona przez konsumenta wywiera silniejszy wpływ na spożycie masła, aniżeli zmiany poziomu dochodu. I tak np. Belgia, Kanada i Stany Zjednoczone, wykazujące zmniejszającą się konsumpcję masła na głowę mieszkańca, są krajami, gdzie cena masła w stosunku do ceny margaryny uległa podwyżce, podniosła się też jednocześnie stopa życiowa.

Zwiększenie siły nabywczej zarobków robotniczych, które wystąpiło w latach 1954—1960 w Holandii, NRF, Szwecji i Wielkiej Brytanii, wpłynęło na 12—50% wzrost spożycia masła na głowę mieszkańca. Interesującym szczegółem jest to, że wśród tych kilku krajów Holandia wykazuje bardzo niską konsumpcję masła (5,6 kg w 1960 r.), natomiast Dania — raczej wysoka: 10,9 kg na głowę rocznie. Oba te kraje są eksporterami masła i sytuacja na światowym rynku wywrze niewątpliwie wpływ na krajową konsumpcję.

#### Przyzwyczajenia konsumenta

Najpoważniejszy wpływ na poziom spożycia masła i na stopień, w jakim może ono być zastąpione przez margarynę, odgrywają przyzwyczajenia konsumenta.

W NRF, Austrii i Szwecji, w których wieczorny posiłek składa się w znacznej mierze z chleba, kielbasy i sera, tj. gdzie pewna ilość tłuszczu używana jest do chleba, pozycja masła jest silniejsza, niż w tych krajach, w których konsumpcja chleba jest niska, a tłuszcz, używany jest jedynie do celów kuchennych. Wysokie gatunki margaryny stanowią najsilniejszą konkurencję masła jako tłuszczu do chleba. Wyniki badań przeprowadzone wśród konsumentów w Wielkiej Brytanii wykazały, że najdroższe gatunki margaryny, tj. zawierające 10% dodatku masła, uważane są przez konsumentów za najlepszą namiastką masła i sprzedaż tego właśnie typu margaryny w najbardziej widoczny sposób reagowały na stosunek cen masła do cen margaryny.

Wydaje się, że współzawodnictwo pomiędzy margaryną i masłem występuje najsilniej w przypadku porównywania tych tłuszczów jako dodatków do chleba i właśnie pod tym względem poziom dochodu i zmiana cen wpływają na konsumpcję masła i margaryny. Do celów przygotowywania pokarmów zastępowalność jest ograniczona, ponieważ stosunek pań domu do namiastek jest bardzo różny. W dodatku inne tłuszcze i oleje konkurują z masłem w zakresie potrzeb kuchennych, dlatego też zmiany ich cen muszą być również brane pod uwagę przy przeprowadzaniu badań rynku masła i margaryny. Stopień zastępowalności jest różny w różnych krajach w zależności od przyzwyczajeń konsumentów, ich gustów i w znacznie wyższym stopniu przejawia się w stosunku do tzw. tłuszczów stołowych aniżeli kuchennych.

Zanikanie domowego przygotowywania pokarmów i pieczenia w większym stopniu odbija się na konsumpcji margaryny aniżeli masła. Konsumpcja masła silniej reaguje na zmiany cen, aniżeli na zmiany poziomu dochodu w tych krajach, które już mają wysoki poziom konsumpcji margaryny, tj. w krajach, gdzie margaryna została uznana jako artykuł żywnościowy sam przez się, a nie jako namiastka masła. Badania przeprowadzone przez Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych wykazały, że wpływ ceny na konsumpcję masła nie jest całkowicie odwracalny. Skutków spadku krajowej lub rejonowej konsumpcji masła wskutek wysokich cen tego produktu, nie przekreślił się całkowicie z chwilą, gdy stosunek cen masła do cen margaryny zostanie obniżony do poprzedniego poziomu. Wskazuje to, że nie wszyscy konsumenci, którzy zaczęli używać margaryny wówczas, gdy ceny masła były wysokie, powrócili do swoich dawnych przyzwyczajeń konsumpcyjnych. Wydaje się, iż gdyby wszyscy konsumenci mogli powrócić do swoich poprzednich przyzwyczajeń, stosunkowa cena masła musiałaby spaść poniżej poziomu poprzedzającego podwyżkę ceny.

### Inne czynniki wpływające na konsumpcję masła i margaryny

Podkreślaliśmy już znaczenie gatunku. Nie wydaje się prawdopodobne, aby bez poważnego postępu pod względem jakości możliwe było zwiększenie spożycia margaryny w ostatnim dziesięcioleciu. Jakość masła w wielu krajach również uległa poprawie, jednak czynnikiem działającym na niekorzyść spożycia masła są znaczne wahania sezonowe, podczas gdy margaryna jednolitej jakości może być produkowana w ciągu całego roku. Nowoczesna technika, w szczególności zamrażanie w niskich temperaturach letnich nadwyżek śmietany, które mogą być przerobione na masło w ciągu zimowego sezonu, mogłaby pomóc w otrzymywaniu bardziej wyrównanej jakości masła. W wielu krajach rzeczywiście możliwe jest dalsze polepszenie jakości. Większa różnorodność typów masła na rynku detalicznym mogłaby również wpłynąć na jego zwiększoną konsumpcję.

Łatwość zakupu masła i margaryny ma również znaczny wpływ na poziom spożycia. W czasie działania systemu kartkowego w okresie wojennym i powojennym, wielu konsumentów — w szczególności należących do grupy o wyższych dochodach — zmuszonych było w początkowym okresie do używania margaryny. Ta przymusowa zmiana przyzwyczajenia konsumentów po zniesieniu systemu kartkowego częściowo pozostała nadal. Z drugiej strony ludność o pewnym poziomie dochodu i konsumenci w pewnych okręgach, np. w południowej Francji, przyzwyczajeni byli do początku do używania masła, co spowodowało, że przeciętne spożycie masła w tych okręgach w latach powojennych pozostało znacznie wyższe, aniżeli było przed wojną, podczas gdy spożycie innych tłuszczów, w pierwszym rzędzie oliwy, pozostało niższe.

Poważny wpływ na konsumpcję masła i margaryny wywiera również reklama. Pod tym względem przemysł produkujący margarynę prześcignął przemysł mle-

czarski. Jakkolwiek bardzo trudno otrzymać porównywalne dane w zakresie wydatków na popieranie sprzedaży margaryny, to jednak przykład Stanów Zjednoczonych można by uważać za wskaźnik różnic w wysiłkach tych dwóch przemysłów.

Tabela 4

**Wydatki na popieranie masła i margaryny**

Stany Zjednoczone, 1954—1958

Rok	Masło	Margaryna
	mln dolarów	
1954	1,0	6,7
1955	1,5	6,7
1956	1,5	9,5
1957	1,6	11,3
1958	1,5	10,0

W porównaniu z producentami masła, przemysł produkujący margarynę, skoncentrowany w małej ilości wielkich zakładów, jest oczywiście w korzystniejszej sytuacji. Np. w 1960/61 r., w Holandii było 24 producentów margaryny, w NRF — 13. W tym samym okresie ilość mleczarni wynosiła w Holandii 462, zaś w NRF — 2 650.

**Ustawodawstwo ograniczające produkcję margaryny**

W celu wzmocnienia konkurencyjności masła, w wielu krajach wprowadzone zostało ustawodawstwo powstrzymujące produkcję i handel margaryną. W ciągu ostatniego dziesięciolecia ustawodawstwo to zostało w znacznym stopniu zmodyfikowane, w niektórych krajach nawet zniesione, w szeregu krajów jednak obowiązuje nadal, a np. w Szwajcarii wprowadzono nowe środki dla ochrony krajowego przemysłu mleczarskiego przed importem tłuszczów roślinnych.

Zarządzenia wydane w poszczególnych krajach w zakresie produkcji i sprzedaży margaryny obejmują na ogół podstawowe składniki i stosowanie środków konserwujących, barwników, składników, oznaczanie, etykietowanie itp. Dodatkowe zarządzenia zajmują się sprawą licencji i opłat licencyjnych, rejestracji i reklamy, akcyzy i innych opłat. W wielu krajach federalnych, jak Australia, Kanada i Stany Zjednoczone, zarządzenia te są różne w poszczególnych stanach lub prowincjach.

Do niedawna produkcja margaryny była całkowicie zabroniona w Kanadzie i Afryce Południowej. We wszystkich prowincjach Kanady margaryna jest jednym z niewielu artykułów żywnościowych podlegającym federalnej opłacie akcyzowej. W dwóch stanach USA ograniczona jest dotychczas produkcja żółtej margaryny natomiast w 4 Stanach ograniczona jest sprzedaż tego artykułu. W niektórych Stanach stosowane są opłaty akcyzowe, podczas gdy zarządy 13 Stanów pobierają opłaty licencyjne od różnych stadiów produkcji i ogniw zbytu.

Niezależnie od przytoczonych zarządzeń pewne kraje, jak NRF, zastrzegają, że pewien procent tłuszczu użytego do produkcji margaryny musi stanowić tłuszcz roślinny lub zwierzęcy pochodzenia krajowego. Ponieważ tłuszcze takie są na ogół droższe aniżeli tłuszcze otrzymywane na światowym rynku, zarządzenie takie popiera pośrednio sprzedaż masła. Reglamentowana wysokość produkcji stosowana w Południowej Afryce i w poszczególnych stanach Australii, stanowi poważne ograniczenie konkurencyjności margaryny.

**Domieszki masła do margaryny**

Obowiązkowe domieszki masła do margaryny są proponowane doraźnie jako środek zmniejszenia nadwyżek masła. W chwili obecnej żadne państwo nie zaleca domieszek masła, choć przed drugą wojną światową ustawodawstwo norweskie zastrzegło, iż masło powinno stanowić co najmniej 20% surowców użytych do produkcji margaryny.

Na 17 krajów w 6 istniejące ustawodawstwo zabrania używania masła do produkcji margaryny. W innych dopuszcza użycie masła w granicach 5—10% wagi, zaś Norwegia zachęca lecz nie nakazuje domieszki do 20%. Masło użyte do produkcji margaryny jest subsydiowane przez państwo. Szwecja nie ogranicza zawartości masła w margarynie z zastrzeżeniem, że jest to uwidocznione na etykiecie, podczas gdy Szwajcaria zastrzega, iż o ile masło zostało użyte do produkcji margaryny, wówczas ostateczny produkt musi zawierać go co najmniej 10%. Tylko Stany Zjednoczone nie stawiają żadnych warunków co do użycia masła jako domieszki do produkcji margaryny.

Główną przyczyną niedopuszczenia domieszki masła do margaryny jest prawdopodobnie obawa przemysłu mleczarskiego, iż domieszka masła do margaryny wpłynie na większą konkurencyjność tego produktu, nie wchłaniając jednocześnie tyle tłuszczu, aby zrekompensować straty poniesione na sprzedaży. Jednak zastosowanie do produkcji margaryny masła po cenach rynkowych musi wpłynąć na podniesienie ceny detalicznej margaryny.

Poważne zwwyżki ceny detalicznej margaryny zmniejszają jej konsumpcję. W pewnym ograniczonym stopniu konsument przetrzeć się z margaryny na masło. W znacznym jednak stopniu zastąpi on masło innymi tłuszczami, np. słoniną, tłuszczami przemysłowymi lub olejami i tłuszczami roślinnymi zastępując tymczasową konsumpcję margaryny. Dlatego stosowanie obowiązkowych domieszek masła do margaryny nie wydaje się być skutecznym środkiem dla upłynnienia dodatkowych ilości masła, a już napewno nie wówczas, gdy udział masła jako składnika margaryny jest wysoki, np. 25% lub więcej. Przy wprowadzeniu niewielkiego jedynie dodatku masła i niewielkiej podwyżce cen margaryny, polepszenie gatunku margaryny w opinii konsumentów spowoduje większą konkurencyjność tego produktu, wpływając na jego zwiększone spożycie i redukując spożycie masła. W dodatku pozytywna elastyczność cenowa popytu na margarynę będzie działać na jej korzyść.

### Specjalne akcje mające na celu popieranie konsumpcji masła

Wraz ze zwiększającą się produkcją masła i rosnącymi trudnościami rynkowymi, szereg państw podjęło środki zmierzające do popierania konsumpcji masła na ich rynkach krajowych. I tak w Austrii, Norwegii i Szwajcarii wymaga się, aby przy handlowych dostawach mleka producenci nabywali równocześnie masło lub ser, albo i jedno i drugie. Uważa się, że środek ten popiera krajową konsumpcję produktów mleczarskich.

W Austrii obowiązkowe zakupy dokonywane są przez producentów mleka po cenach rynkowych. Producenci, którzy nie kupują przepisanej ilości, tracą prawo do subsydium rządowego w wysokości 0,5 szylinga od litra. Ilości masła i sera, które muszą być zakupione proporcjonalnie do każdego 100 kg mleka odstawionych do mleczarni wahają się w zależności od sytuacji rynku od 50 do 125 g masła i od 250 do 125 g sera. Ogólna ilość zakupów w 1961 r. wyniosła do 3 462 ton masła i 3 114 ton sera. Stanowią one odpowiednio 22% i 4% ponad minimum wymagane w stosunku do dostaw mleka.

System obowiązujący w Norwegii jest podobny do systemu austriackiego. Producenci mleka obowiązani są do kupna masła i sera po niższej cenie, ilość produktów waha się w zależności od sytuacji na rynku. Cena masła i sera sprzedanego producentom w ramach tego systemu jest subsydiowana. W 1959 r. ok. 4 mln koron wydano w Norwegii na subsydiowanie cen sera.

Od 1950 r. centralne organizacje wymagają od szwajcarskich producentów mleka, aby przy każdym 100 kg mleka dostarczonego do mleczarni kupowali 300 g sera ew. masła lub innych produktów mleczarskich, stanowiących równowartość co najmniej 4% wartości dostarczonego mleka. Zakupy te dokonywane są po cenach obowiązkowych przy sprzedaży z mleczarni.

Niektóre kraje uważają, że spożycie artykułów mleczarskich jest już stosunkowo wysokie w okręgach wiejskich, np. w NRF w gospodarstwach hodowlanych spożycie mleka i śmietanki jest dwukrotnie wyższe, a masła 20% wyższe aniżeli spożycie tych artykułów przez ludność miejską. W Danii jednak przeciętne spożycie produktów mleczarskich na wsi jest niższe, aniżeli wśród ludności miejskiej, w związku z czym czynione są starania w kierunku zwiększenia konsumpcji.

Aby zwiększyć spożycie masła niektóre kraje postanowiły wprowadzić system subsydiowania cen konsumenta. System ten przybiera formy sprzedaży nadwyżek

masła chłodniczego po bardzo niżonych cenach (Holandia), sprzedawania po niższej cenie nadwyżek masła w postaci masła topionego (Belgia), albo wypłacania pełnego subsydium za całe masło zakupione (Kanada, Finlandia, Szwecja). W pierwszych dwóch przypadkach często trudno jest określić, czy środki te zwiększają ogólną konsumpcję masła, ponieważ masło chłodnicze i masło topione sprzedawane po niższej cenie stanowią konkurencję masła świeżego. Jednak można by przypuszczać, że od czasu obniżenia przeciętnej ceny masła, ogólne spożycie masła na głowę ludności uległo zwiększeniu.

Kanadyjski system pomocy stanowi przykład wpływu wywieranego przez państwa na spożycie przy pomocy wypłaty subsydiów. Począwszy od ok. 1954 r. spożycie masła na głowę wykazywało w Kanadzie stały spadek z jednoczesnym wzrostem spożycia margaryny. Ponieważ produkcja mleka w tym czasie gwałtownie wzrosła z 6,9 mln w 1952 r. do 8,7 mln ton w 1961 r. zaś konsumpcja na głowę wszystkich produktów wykazała tendencję spadkową, znaczne nadwyżki mleka przeznaczone na produkcję masła. Zapasy masła wzrosły z 24 700 ton w 1952 r. do 88 500 ton w 1960 r. a ponieważ nie mogły być sprzedane na światowym rynku — z powodu istniejącej nadmiernej podaży — stały się dla państwa poważnym obciążeniem finansowym.

W wyniku tej sytuacji w maju 1962 r. wprowadzono federalne subsydium dla masła w wysokości 12 centów od funta. Ta obniżka ceny odbiła się natychmiast na konsumencie. Państwo nadal skupowało masło po 64 centy za funt, ale sprzedawało po 52 centy za funt. System ten prawie natychmiast odwrócił tendencję istniejącą w zakresie konsumpcji. W ciągu pierwszych 4 miesięcy 1962 r. spożycie margaryny w Kanadzie wzrosło o 6,8% w stosunku do tego samego okresu roku ubiegłego. Po wprowadzeniu subsydiów na masło spożycie margaryny spadło o 5,2%. Z drugiej strony spożycie masła na głowę mieszkańca wzrosło w ciągu ostatnich 8 miesięcy 1962 r. o 7,3%, tj. o 0,46 funta w porównaniu z tym samym okresem 1961 r. Cofnięcie się spożycia margaryny na głowę mieszkańca jest tym bardziej uderzające, gdy porównamy obecne spożycie z planowanym. Obliczenia kanadyjskie wskazują, iż spożycie margaryny w okresie od maja do grudnia 1962 r. wykazałoby ten sam wzrost w wypadku gdyby nie podjęto subsydiowania masła.

Wynikiem tego byłaby konsumpcja na głowę około 7,18 funtów. Jednak na skutek niższych cen masła obecna konsumpcja wynosi tylko 6,38 funtów, czyli na skutek obniżenia cen produktu konkurencyjnego o około 17% spadek spożycia wynosi ponad 10%. Jest to oczywiście efekt krótkoterminowy, i jak dotąd trudno jest cokolwiek wnioskować na dłuższą metę.

Na podstawie eksperymentu kanadyjskiego można by wyciągnąć wniosek, że elastyczność cenowa popytu na masło wydaje się być znacznie wyższa jeśli chodzi o potrzeby przemysłowe, aniżeli domowe.

opr. M. Heintze