

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИЮ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Г. С. БАЙМУХАМЕДОВА,

кандидат экономических наук, доцент, Костанайский социально-технический университет
(110010, г. Костанай, ул. Герцена, 27; тел.: +7 (7142) 55-42-64).

Ключевые слова: рыночное ценообразование, структура цен, сельхозпродукция, сельскохозяйственные товаропроизводители, ценообразующие факторы.

В условиях рыночных отношений проблема формирования ценообразования на продукцию сельского хозяйства является актуальной и ее исследованию посвящены работы многих экономистов аграрников. В статье рассмотрены особенности рыночного ценообразования в сфере аграрного производства, отмечается, что функционирование самого рыночного механизма ценообразования затрагивает сложную систему уровней, динамики, соотношений и структуры цен, а также методов и факторов их формирования. Различия в росте цен на продукцию сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий объясняются, с одной стороны, формами организации потребительских рынков различных продуктов питания и факторами рыночной конъюнктуры, определившими формирование уровня, динамики и соотношений потребительских цен, с другой стороны, формами организации рынков сельскохозяйственной продукции и сырья, а также факторами рыночной конъюнктуры на данных рынках, повлиявшими на формирование и изменение доли сельского хозяйства в структуре розничной цены на продукты питания, с учетом методов формирования цен, места и веса организаций сферы обращения. Исследование эластичности спроса на различные продукты питания по доходу позволило выявить существенные отличия в процессе формирования цен на них. Так, спрос на хлебобулочные изделия и картофель является неэластичным, а спрос на молокопродукты и мясопродукты был эластичным, а затем стал неэластичным, что связано с особенностями его формирования. Различные факторы оказывают далеко не равнозначное воздействие на процесс формирования товарных цен, одни из них способствуют снижению цены, другие вызывают ее рост. Анализируются различные ценообразующие факторы и их влияние на процесс формирования товарных цен. Отмечается необходимость более четкого урегулирования процессами ценообразования местными органами власти на продукцию агропромышленного комплекса и, в первую очередь, на продукцию массового потребления.

THE PECULIARITIES OF PRICE FORMATION FOR AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE MARKET CONDITIONS

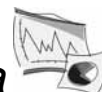
G. S. BAYMUHAMEDOVA,

candidate of economic sciences, associate professor, Kostanay socio-technical university
(110010, Kostanay, Herzen str., 27; tel.: +7 (7142) 55-42-64).

Keywords: market pricing, structure of the prices, agricultural products, agricultural commodity producers, pricing factors.

The problem of forming of pricing on the products of agriculture in the conditions of market relations is actual and its research works of many economists of squirearchies are sanctified to. The features of the market pricing in the field of agrarian production are considered in the article, it is marked that functioning of the most market mechanism of pricing affects the difficult system of levels, dynamics, correlations and pattern of prices, and also methods and factors of their forming. Distinctions in a price advance on the products of agricultural and processing enterprises are explained, from one side, by the forms of organization of user markets of different foodstuffs and factors of the market state of affairs, defining forming of level, dynamics and correlations of consumer prices, on the other hand, by the forms of organization of markets of agricultural produce and raw material, and also factors of the market state of affairs on these markets, influencing on forming and change of stake of agriculture in a structure. Features of market pricing are considered, it's noticed, that functioning of the market mechanism of pricing mentions difficult system of levels, dynamics, parities and structure of the prices, and also methods and factors of their formation. Distinctions in a rise in prices for production of the agricultural and processing enterprises speak, on the one hand, forms of the organisation of the consumer markets of a various foodstuff and the factors of the market conditions which have defined formation of level, dynamics and parities of consumer prices, on the other hand, forms of the organisation of the markets of agricultural production and raw materials, and also market conditions factors the given markets, affected formation and change of a share of agriculture in structure of a retail price for a foodstuff, taking into account methods of formation of the prices, a place and weight of the organisations of sphere of the reference. Research of elasticity of demand for a various foodstuff under the income has allowed to reveal essential differences in the course of formation of the prices for them. So demand for bakeries and a potato is not elastic, and demand on milk and meat products was elastic, and then became not elastic, that is connected with features of its formation. Various price forming factors which have far not equivalent influence on process of formation of the commodity prices are analyzed. Necessity of more accurate settlement of formation of pricing on production of agrarian and industrial complex and, first of all, on production of mass consumption by local authorities. is marked.

Положительная рецензия представлена Б. А. Ворониным, доктором юридических наук, профессором, заведующим кафедрой управления и права, Уральского государственного аграрного университета.



Цель и методика исследований. Целью настоящей работы является выявление особенностей формирования ценообразования на сельхозпродукцию в рыночных условиях. В ходе экономической реформы в аграрном секторе Республики Казахстан все сельскохозяйственные товаропроизводители в условиях свободной конкуренции получили равную возможность реализации производимой ими продукции и приобретения материально-технических ресурсов. Однако под влиянием кризисных явлений при отсутствии паритета цен на сельскохозяйственную продукцию и промышленные товары объём валовой продукции сельского хозяйства за 2005–2014 гг. снизился в 2,5 раза, не обновляется машинно-тракторный парк, сокращается применение минеральных удобрений, химических средств защиты растений и животных. При этих условиях особую актуальность приобретает проблема формирования ценообразования на продукцию реформируемого агропромышленного комплекса (АПК) [1].2

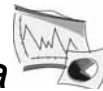
Результаты исследования. Кардинальное отличие рыночного ценообразования от ранее существовавшего планового состоит в том, что осуществлённые при производстве продукции издержки оцениваются рынком и только тогда получают общественное признание и могут считаться общественно-необходимыми. При этом функционирование самого рыночного механизма ценообразования затрагивает сложную систему уровней, динамики, соотношений и структуры цен, а также методов и факторов их формирования. Кроме того, результатом рыночного взаимодействия и взаимозависимости различных товаров и ресурсов является связь спроса на товар не только с его собственной ценой, но и с ценами всех остальных товаров и ресурсов.

Однако необходимо отметить, что рыночный механизм, учитывая специфику АПК, не обеспечивает автоматического установления экономически обоснованных пропорций в цене и не позволяет объективно оценить уровень экономической эффективности агропромышленного производства. При переходе к рынку деформации в ценообразовании усилили своё негативное воздействие на сельскохозяйственное производство и в целом функционирование и развитие регионального АПК, которое проявляется в различных формах. Недостатки в функционировании рыночного механизма ценообразования на продукцию АПК неизбежно снижают экономическую мотивацию товаропроизводителей к осуществлению и расширению своей деятельности, инвестиционную и экономическую активность, что при отсутствии государственной поддержки объективно обуславливает снижение объёмов производства сельскохозяйственной продукции и его эффективности. Вопросы формирования цен на отдельном или группе отдельных рынков достаточно полно исследованы в экономической теории.

Специфика формирования цен на аграрных региональных рынках исследована в меньшей степени, но нашла отражение в работах Боева В. Р., Борхунова Н. А., Гатаулина А. М., Гайсина Р., Голубевой А. И., Дугина П. И., Злобина Е. Ф., Сагайдака Э. А., Семилетова Л. М., Счастливцевой Л. В., Эльдиева М. Д. Темирбековой А. Б., Байтубаевой А. К. и других. Вместе с тем отдельные проблемы формирования системы цен на региональных рынках продукции АПК требуют дополнительных исследований в силу специфики самих рынков и форм их организации [2, 3]. Высокая актуальность данных проблем наряду с их недостаточной разработанностью в экономической литературе применительно к конкретным региональным особенностям и вызывает особый интерес к данной проблематике.8Практическое значение исследования данной проблемы состоит в научной проработке предложений по экономическому регулированию процессов ценообразования на рынках продукции АПК в региональном аспекте. Отмеченные тенденции в части формирования и изменения ёмкости потребительского рынка продуктов питания могут быть использованы органами управления АПК для принятия эффективных мер по стабилизации и развитию агропромышленного производства в регионе.

В современный период диспропорции в соотношении цен на продукцию регионального АПК и ресурсы, потребляемые в сельском хозяйстве, обусловили убыточность значительной части объёмов предложения продукции сельскохозяйственными предприятиями. При этом, несмотря на благоприятное изменение рыночной конъюнктуры на рынках продукции АПК в последние годы, в 2014 году не были сформированы условия для осуществления даже простого воспроизводства в отраслях животноводства и зернопроизводства. В то же время сельскохозяйственные предприятия мясо-молочного, молочно-зернового и иных направлений специализации несут значительные расходы по содержанию объектов социальной сферы. Однако даже полная передача социальной сферы на баланс местных органов власти не создаёт возможности для осуществления даже простого воспроизводства продукции молочного скотоводства и свиноводства без осуществления мер государственной поддержки.

В росте себестоимости производства и реализации продукции сельскохозяйственных предприятий, обусловленном, прежде всего, инфляционным ростом цен на потребляемые ресурсы, отмечаются существенные различия в темпах роста по различным видам продукции, обусловленные комплексом факторов и специфики их производства. Недостатки в функционировании рыночного механизма ценообразования на продукцию АПК привели к существенному разрушению технической базы современного сельскохозяйственного производства, к значи-



тельному снижению уровня жизни населения, проживающего в сельской местности, и недостаточному обеспечению спроса населения на основные продукты питания при социально-приемлемом уровне цен. Отсутствие в условиях существенного снижения объемов сельскохозяйственного производства задела для будущего подъема, за исключением роста технико-технологических показателей эффективности сельскохозяйственного производства, свидетельствует о кризисном характере процессов, протекающих в АПК с начала периода рыночных преобразований. Различия в росте цен на продукцию сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий объясняются, с одной стороны, формами организации потребительских рынков различных продуктов питания и факторами рыночной конъюнктуры, определившими формирование уровня, динамики и соотношений потребительских цен, с другой стороны, формами организации рынков сельскохозяйственной продукции и сырья, а также факторами рыночной конъюнктуры на данных рынках, повлиявшими на формирование и изменение доли сельского хозяйства в структуре розничной цены на продукты питания, с учетом методов формирования цен, места и веса организаций сферы обращения.

Исследование эластичности спроса на различные продукты питания по доходу позволило выявить существенные отличия в процессе формирования цен на них. Так, спрос на хлебопродукты и картофель является неэластичным, а спрос на молокопродукты и мясопродукты был эластичным, а затем стал неэластичным, что связано с особенностями его формирования. Монополистическая практика на рынках сырья со стороны предприятий перерабатывающей промышленности проявилась в годовой, а в отношении молочной промышленности (также и в сезонной динамике закупочных цен, когда разрыв в уровне цен на продукцию промышленности и цен на молочное сырье возрастал) в период сезонного расширения объемов производства. В то же время прибыль предприятий промышленной переработки сельскохозяйственного сырья непрерывно снижалась прежде всего за счет опережающего роста собственных затрат на переработку над ростом стоимости товарной продукции. Фактический уровень рентабельности реализации продукции мясной и молочной промышленности за последние годы по расчетам не обеспечивал условия даже простого воспроизводства. Следует отметить, что рыночная цена продукции формируется под влиянием большого числа факторов, определяющих состояние соответствующего рынка [2]. При выборе ценовой стратегии фирма должна выявить и проанализировать все факторы, которые могут оказать влияние на цены. Таких факторов достаточно много, в большой степени эти факторы, не контролируемые фирмой. При этом различные ценообразующие факторы оказывают далеко не равнозначное воз-

действие на процесс формирования товарных цен, одни из них способствуют снижению цены, другие вызывают ее рост.

Основные факторы

1. Спрос на продукцию.

Значительное влияние на цену оказывает спрос. Чем выше цена товара, тем меньше предлагаемых по этой цене изделий могут приобрести покупатели. Зависимость между ценой и спросом на него описывается кривой спроса, которая показывает обратно пропорциональную зависимость между ценой товара и спросом на него. Если при росте цен кривая спроса падает, то кривая предложения, наоборот, возрастает. Это объясняется тем, что повышение цены заинтересовывает производителей в увеличении объемов продаж. Цена, при которой спрос и предложение равны, называется равновесной ценой. Эта именно та цена, по которой товар будет продан. В действительности соотношение спроса и предложения постоянно меняется в результате воздействия на них различных факторов.

2. Государственное регулирование цен.

В условиях несовершенного рынка возникающая равновесная цена не способствует оптимальному состоянию и стабильности в обществе. Поэтому государство путем установления регулируемых цен целенаправленно создает новые условия равновесия. Но при этом необходимо учитывать следующее:

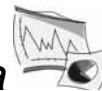
- устанавливаемая государством цена не может достаточно быстро меняться под влиянием изменений спроса и предложения, поэтому может возникать дефицит или затоваривание продукции;
- полный отказ от вмешательства в процесс ценообразования лишает общество возможности воздействовать на уровень цен отраслей и предприятий.

3. Издержки по производству и реализации продукции.

Основу цены изделия составляют издержки, связанные с его производством и реализацией, поэтому их размер во многом определяет уровень цены. В состав издержек входят затраты как зависящие (уровень использования сырья и материалов, степень загрузки производственных мощностей, производительность труда), так и независящие (транспортные тарифы, стоимость сырья, материалов) от деятельности предприятия.

4. Ценовая конкуренция.

Конкуренция подталкивает фирмы к совершенствованию своей продукции, детально обоснованию цены на нее. При этом фирма может ориентироваться или на рынок продавца или на рынок покупателя. На рынке продавца доминирующее положение занимает продавец – производитель товара. В этих условиях фирме легче функционировать, поскольку ее продукция находится вне конкуренции. На рынке покупателя доминирующее положение занимает покупатель. И от того, насколько фирма сумеет учесть



меняющиеся запросы покупателя и вовремя удовлетворить их, и зависит ее благополучие [3].

5. Состояние финансовой системы.

Уровень и тенденции доходов населения, покупательская способность денежной единицы, уровень и динамика инфляции, изменение паритета национальной валюты и др.

6. Участники каналов товаропродвижения.

Все они стремятся увеличить объем реализации и прибыли и установить больший контроль над ценами. Фирма-производитель влияет на цену товара, используя систему монопольного товародвижения, сводя до минимума продажу товаров через магазины, торгующие по сниженным ценам. Чтобы достигнуть согласия всех участников канала сбыта в решениях по ценам, производителю необходимо: обеспечить соответствующую долю прибыли каждому участнику для покрытия его расходов и получения доходов; предоставить гарантии оптовой и розничной торговли в получении продукции по самым низким ценам; предложить особые соглашения, включающие скидки с цены на определенный период или бесплатную партию товаров для стимулирования закупок оптовой и розничной торговлей.

7. Потребители.

Важный фактор, оказывающий значительное влияние на цены. Любой предприниматель должен видеть глубокую взаимосвязь между ценой и восприятием ее различными потребителями. Отношения между ценами и количеством сделанных покупок по этим ценам можно объяснить двумя причинами: воздействием законов спроса и предложения, а также ценовой эластичности и неодинаковой реакцией покупателей различных сегментов рынка на цену. Именно эти причины легли в основу деления всех покупателей по их восприятию цен и ориентации в покупках на четыре группы:

- покупатели, проявляющие большой интерес, при выборе покупки к ценам, качеству, ассортименту предлагаемых товаров (большое влияние на эту группу покупателей оказывает реклама, раскрывающая дополнительные полезные свойства этого товара), это так называемая группа экономных покупателей;

- покупатели, создавшие себе «образ» товара, которым они хотят владеть, и чутко реагирующие на все характеристики, приближающие или удаляющие их от «образа», — это персонифицированные покупатели; они требуют к себе особого внимания и чуткого обслуживания;

- покупатели, которые поддерживают своими покупками небольшие фирмы и делают их по уже давно сложившейся традиции, эта группа покупателей называется «этичные покупатели»; они готовы заплатить более высокую цену за товар, продаваемый в этом магазине, подчас пренебрегая широким ассортиментом товаров других магазинов;

- покупатели, мало интересующиеся ценами, — «апатичные покупатели».

Выводы и рекомендации. Недостатки в функционировании рыночного механизма ценообразования на продукцию АПК привели к существенному разрушению технической базы современного сельскохозяйственного производства, к значительному снижению уровня жизни населения, проживающего в сельской местности, и недостаточному обеспечению спроса населения на основные продукты питания при социально-приемлемом уровне цен. Из всех перечисленных ранее факторов основное воздействие на движение цен оказывает динамика цены производства товара. Рост производительности труда, снижение затрат орудий труда и сырья на единицу продукции вызывают снижение цены производства, и наоборот. Поэтому следовало ожидать, что с ускорением темпов научно-технического прогресса произойдет снижение рыночных цен. Однако практика показывает, что в развитых странах достижения научно-технического прогресса не приводят в ряде отраслей к снижению стоимости товаров. Это объясняется тем, что действие других факторов, таких как политика монополий и инфляция, оказывается более сильным. В связи с этим следует заострить внимание местных государственных органов и предприятий, непосредственно связанных с производством и переработкой сельскохозяйственной продукции, на необходимость более четкого урегулирования формирования ценообразования на продукцию АПК и в первую очередь на продукцию массового потребления.

Литература

1. Абалкин Л. И. Роль государства в становлении и развитии рыночной экономики // Вопросы экономики. 1997. № 6. С. 56–64.
2. Абрамов Н. В. Формирование и развитие региональной системы оптовых продовольственных рынков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2004. № 6. С. 35–39.
3. Борхунов Н. А., Назаренко А. В. Государственная поддержка сельских товаропроизводителей // АПК: экономика, управление. 1992. № 9. С. 64–67.

References

1. Abalkin L. I. Role of the state in becoming and development of market economy. // Questions of economy. 1997. № 6. P. 56–64.
2. Abramov N. V. Forming and development of the regional system of wholesale food markets // Economy of agricultural and processing enterprises. 2004. № 6. P. 35–39.
3. Borkhunov N. A., Nazarenko A. V. State support of agricultural commodity producers // APK: economy, management. 1992. № 9. P. 64–67.