

УДК 631.16:338: 3

Н.Ф. Павленчик

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Рассматривается действие спроса и предложения в формате рыночного механизма. Исследуется взаимозависимость и взаимообусловленность его элементов. Анализируется процесс ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции в контексте мгновенного состояния и объемов предложения и спроса.

Ключевые слова: рынок сельскохозяйственной продукции, спрос, предложение, потребитель, производитель, цена, ценообразование.

Для рынка сельскохозяйственной продукции характерен ряд важных черт и свойств. Он проявляет действие множества функций, которые регулируют отношения между хозяйствующими субъектами и, не только способствует покупателям и продавцам в решении их интересов, а превратился в средство регулирования процессов общественного производства, обмена, распределения и потребления. Только на рынке создаются условия для эквивалентного обмена, и он выступает в качестве механизма определения объемов доходов. Именно на рынке происходит уравнивание цены, и она является тем индикатором, который дает возможность платежеспособным потребителям в полном объеме обеспечить потребности на основе свободы и равенства действия всех производителей и покупателей.

Рыночное ценообразование подчинено объективным экономическим законам, в формате которых формируются объемы спроса и предложения продукции на основе понравившегося поведения покупателей и продавцов в процессе удовлетворения их интересов. Рационализм продавца – реализовать товар по более высокой цене и получить больше прибыли, а покупателя – удовлетворить собственные потребности по возможно более низкой цене.

Спрос и предложение оговариваются адекватной зависимостью, когда с одной стороны необходимость потребления вызывает производство продукции, а с другой стороны – только тогда произойдет производство, если найдется потребитель, у которого возникнет потребность в определенном продукте и который приобретет его. Экономист К. Маркс писал «...без производства нет потребления, однако и без потребления нет производства, так как производство было бы в таком случае без цели» [1, с. 717].

И если бы не было необходимости, не было бы и производства. Взаимосвязь между спросом и предложением раскрывается только через рынок, освещая обусловленность двух моментов общественного производства – именно производство и потребление. «Диалектическая зависимость спроса и предложения заключается, прежде всего, в том, что предложение формирует спрос через ассортимент произведенных товаров и предлагаемых услуг и их цены, а спрос определяет объем и структуру предложения, влияя на производство» [2].

Однако для рынка сельскохозяйственной продукции характерным является то, что объемы производства конкретного вида и объемы ее потребления не тождественны и не совпадают в абсолютных значениях. Производство определенного вида продукции по объемам больше, чем может быть представлено для реализации на рынке, на величину использования производителями для собственных производственных нужд. Зато для удовлетворения потребностей потребителей часть определенного продукта может быть сформировано за счет импорта. Не является исключением также удовлетворение потребностей потребителей в определенном про-

дукте и в разрезе пространства, а значит, определенный вид продукции может быть произведен в одном месте и времени, а реализован в другом.

Спрос и предложение выступают простейшими и одновременно главными экономическими элементами механизма, которые действуют на рынке и регулируют его функционирование как системы, непосредственно влияют на процесс формирования цен и объемов производства, обеспечивая тесную взаимосвязь между начальным и конечным моментами процесса воспроизводства и, таким образом способствуют непрерывному его продолжению.

Рыночный механизм наделен, возможно, жесткой, но справедливой чертой. Он способен устанавливать равновесие цены, по которой интересы определенной части покупателей и продавцов согласуются. Это означает, что уравновешенная цена к участию в торгах допускает не всех продавцов и покупателей. Участниками станут только те продавцы, которые согласны по уравновешенной цене или ниже нее продать свой товар и те покупатели, которые в состоянии купить его по уравновешенной цене или выше нее. Все остальные субъекты рынка, которых не удовлетворяют указанные требования, не могут в данном случае быть участниками процесса купли-продажи. В результате, на рынке устанавливается сбалансированная согласованность: востребовано количество продукта, которое хотят и в состоянии приобрести покупатели по согласованной цене, соответствует количеству продукта, который согласны продать продавцы по такой же цене. Все это свидетельствует, что в рыночных условиях возможности установления цен товаропроизводителями на собственные товары являются довольно ограниченными и ценообразование в условиях совершенной конкуренции не зависит от отдельных товаропроизводителей.

На каждом этапе движения сельскохозяйственной продукции цена имеет определенную структуру, которая состоит не столь в неразрывной связи с ее отдельными частями стоимости – себестоимости и прибыли производителя, как с намерениями, целями и возможностями нового владельца продукта. Обусловлено это отсутствием общепринятой совершенной методики на уровне производителей формирования цены на собственную продукцию сельскохозяйственных производителей. Процесс образования рыночных цен производителями на собственные товары остается еще недостаточно исследованным, хотя во многих опубликованных работах отмечается внимание на целесообразность и необходимость таких поисков.

Не смотря на то, что на рынке цены на сельскохозяйственную продукцию устанавливаются в соотношении спроса и предложения, которые в условиях стабильной экономики базируются в основном на общественно необходимых затратах труда, они на отдельные виды продукции автоматически корректируются под влиянием ряда факторов субъективного и объективного характера, в виде наличия импортной продукции, изменения конъюнктуры и поступления большого количества заменителей, проявления регуляторных действий государства и т.д. К тому же, на практике реализационные цены устанавливаются, как правило, ниже стоимости продукции, из-за того, что часть чистого дохода, которая создается в аграрных предприятиях, перераспределяется в другие сферы национальной экономики. Такой методический подход к ценообразованию не только не отражает реальное участие производительных сил сельскохозяйственных производителей в изготовлении своего продукта и установления его стоимости, но и не способствует созданию соответствующих условий для осуществления принципа материальной заинтересованности и возможностей сельских товаропроизводителей в расширении производства.

Субъекты хозяйственной деятельности в условиях свободной конкуренции вынуждены воспринимать такую цену, которая формируется на основе соотношения спроса и предложения и вовремя реагировать на ее изменения. В случае опоздания реакции на снижение розничных цен на рынке у предприятия не только уменьшится объем реализованной продукции и масса полученной прибыли, но и произойдет потеря части покупателей, которые уйдут к конкурентам. Адекватно является недопустимой реализация производителем продукции по заниженным ценам в случае их роста на рынке. Несвоевременная реакция на повышение уровня рыночной цены приводит к уменьшению объемов прибыли. Следовательно, цена предложения должна четко контролировать изменение рыночной цены, своевременно реагируя на цену спроса. Ры-

ночная цена, которая формируется на рынке сельскохозяйственной продукции в условиях совершенной конкуренции, в основном не зависит от отдельных товаропроизводителей, а только от потребителей.

В рыночных условиях возможности формирования цен товаропроизводителями на собственные товары являются достаточно ограниченными. Осуществляя движение к потребителю, продукция сельскохозяйственного производства проходит через несколько стадий. От товаропроизводителя она поступает к закупочным предприятиям, организациям или посредникам, которые, в свою очередь, направляют ее на промышленную переработку или в торговую сеть для продажи населению. Аграрные предприятия для реализации продукции могут использовать и другие каналы, в том числе и оптовые или торговые рынки, где их участие в процессе ценообразования может стать более действенным.

Реализация принципа экономической свободы в равной степени предопределяет необходимость присутствия и принципа экономической ответственности субъектов отношений, основанной на принципах свободного ценообразования, то есть свободного колебания рыночных цен. Рост цен, при условии неизменности других факторов, побуждает производителей к увеличению объемов производства и обеспечивает подъем рентабельности хозяйственной деятельности. В свою очередь превышение предложения над спросом вызывает снижение цены, что негативно отражается на доходности товаропроизводителей.

Однако, если спонтанные колебания цен становятся основанием для саморегуляции производства продукции, а это является очевидным в условиях рыночной экономики, то как бы не желало общество, а в сельском хозяйстве мгновенного реагирования товаропроизводителей на запрос потребителей через процесс производства и, особенно в отрасли растениеводства, не состоится.

Основным ориентиром и побуждением объемов производства для большинства товаропроизводителей, особенно хозяйств населения и фермеров, в текущем году выступает цена на отдельные виды продукции прошлого года. Как правило, на стадии производства в их действиях проявляется несогласованный и хаотичный характер относительно конъюнктуры и объемов производства и, как следствие, во многих случаях, в пространстве и времени производство одного продукта является избыточным, а другого недостаточным.

Например, в 2011 г. объемы производства овощей, в частности капусты, в пригородной зоне г. Львова не удовлетворяли потребности потребителей. Высокий спрос привел цену реализации в среднем 250 грн за один центнер. Такая цена стала стимулирующим фактором для увеличения объемов производства капусты в 2012 г., которой было произведено более чем в 2,5 раза против 2011 г. Рост предложения привел к снижению цены у производителей, которая составляла всего 50 грн за центнер. При такой цене они не в состоянии стали вернуть даже вложенные средства на приобретение семян, удобрений, средств защиты и т.д. Как следствие, часть выращенного урожая отдельными производителями была использована на корм скоту, а часть осталась на полях необранной. Понятно, что на следующий год производители ограничат производство данного вида продукта.

По нашему мнению, участие сельских производителей в образовании рыночных цен на собственную продукцию должен быть непосредственным и определяющим. Цены на сельскохозяйственную продукцию должны базироваться на фактических затратах на производство продукции, прибыли предприятия-производителя, налога на добавленную стоимость, суммы акцизов и лицензионного сбора, если продукция облагается ним. С позиции производителя, цены должны устанавливаться на таком уровне, чтобы обеспечивать ему возврат затрат на производство и получения соответствующей рентабельности для достижения желаемых темпов расширенного воспроизводства и повышения материального благосостояния работников предприятия.

Гарантированным условием получения прибыли выступают предельные издержки производителя, которые должны быть меньшими за рыночную цену в любом случае роста или снижения рыночной цены на отдельный вид продукции. В противном случае, если предельные из-

держки отдельного вида продукции превышают рыночную цену, то каждая следующая реализованная единица продукции будет приводить к уменьшению прибыли.

Решая задачу сопоставления затрат производителей и полезности предлагаемого товара для потребителей рынок определяет общественно-необходимые затраты труда, то есть те затраты, которые готов компенсировать покупатель производителю. Акт купли-продажи не состоится до тех пор, пока не установится взаимовыгодная цена, что уравнивает спрос и предложение. В случае такого взаимодействия между производителями и потребителями формируется цена. В ходе рыночного обмена цена устанавливается путем сопоставления общественно-необходимых затрат и полезности товара. С экономической и социальной точек зрения, она должна удовлетворять потребителя в полезности товара и обеспечивать возврат расходов производителю понесенных на его производство. Слишком высокие цены могут привести к сокращению спроса на продукцию и она не найдет сбыта. Низкие цены не обеспечат возврат понесенных расходов производителю, а ее производство станет убыточным, тогда как для потребителей низкая рыночная цена будет соответствовать их платежеспособности.

Одной из особенностей ценообразования является сезонная неравномерность поступления продукции на рынок. Это обусловлено отсутствием складов, хранилищ и условий для хранения продукции, и как результат в период сбора урожая сельскохозяйственные производители вынуждены реализовывать свою продукцию по ценам даже ниже ее себестоимость.

Важной особенностью ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции является то, что цены нередко формируются под влиянием цен на аналогичную импортную продукцию, формирование которых происходило в условиях обеспеченности производителей развитой рыночной инфраструктурой и достаточным уровнем авансированного в производство капитала.

В условиях действия законов рыночной экономики на рынке сельскохозяйственной продукции не должно быть непосредственной государственной политики ценообразования. Однако, государство призвано согласовывать интересы и цели потребителей и производителей, обеспечивая тем самым достижение продовольственной безопасности страны. Ее главной целью должно стать обеспечение уровня достаточности и доступности научно обоснованного уровня потребления продуктов всеми слоями населения за счет результатов деятельности отечественных сельскохозяйственных производителей.

Нынешний уровень доступности продовольственного потребления для населения страны показывает неутешительный результат. Потребительские цены на продукты питания слишком высокие по сравнению с доходами населения [3, с. 80]. На обеспечение жизнеспособности населения затрачивается почти 70% дохода.

Основной причиной такого противоречия в нашей стране является то, что воспроизводственные цены на продовольствие для потребителей слишком высокие, а воспроизводственные цены для производителей сельскохозяйственной продукции являются недостаточными [3, с. 83]. То есть, в стране ограничение спроса на продовольствие обусловлено низкой платежеспособностью населения, чем побуждается рискованность производства, с точки зрения его убыточности.

При условии превышения цены над затратами продукция является конкурентоспособной, а с другой стороны превышение затрат над ценой свидетельствует о ее не конкурентоспособности. Рыночное равновесие спроса и предложения является теоретическим основанием ценообразования, однако на практике модель уравнивания цен, в значительной степени, зависит от действия различных других факторов ценообразования. Это могут быть действия со стороны государства дотационного характера, непосредственного ценового регулирования ею, рост платежеспособности населения, нерегулируемый импорт, контрабандные завоза продукции и т.д. Если предположить, что природные и финансовые риски для сельскохозяйственных товаропроизводителей остаются неизменными, то в условиях рыночной экономики можно ориентироваться на ожидаемые объемы спроса и предложения в момент уравновешенного ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции при следующих условиях (рис. 1).

Отклонения объемов предложения продукции в сторону уменьшения или увеличения, которые могут иметь место за счет основных субъективных факторов организационного, технологического и экономического характера, можно и нужно регулировать государству. При таких условиях, с помощью модели, можно определить предельные отклонения цены, как в максимальном, так и в минимальном размере от уравновешенной цены, что будет свидетельствовать о возможном обеспечении прибыли товаропроизводителям и будет приемлемым для потребителей. В такой способ можно определить обеспечение доступности и достаточности потребления сельскохозяйственной продукции отечественного производства для подавляющего большинства населения страны и соответствующий уровень рентабельности сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Прогнозирование предложения на основе данных табл. 1 может стать основой установления баланса объемов производства и доступности и достаточности потребления сельскохозяйственной продукции отечественного производства для населения страны на основе уравновешенной цены. На основе относительных изменения спроса и предложения, в зависимости от субъективных и объективных факторов, а также уровня инфляции и изменения цен на сельскохозяйственную продукцию, нами сделана попытка установить, на основе использования индексного метода, соответствие объемов предложения и ее спроса.



Рис. 1. Ценообразование на сельскохозяйственную продукцию с учетом влияния факторов

Индексный метод прогнозирования основывается на приведении актуальных значений показателей продукции до будущего (прогнозируемого) моменту при помощи индексов, характеризующих изменение в будущем определенных условий по сравнению с условиями в настоящее время [4, 5].

Математически индексный метод прогнозирования выражается с помощью соотношения [4]:

$$P_f = P_n \cdot J_1 \cdot \dots \cdot J_m \quad (1)$$

где, P_f – показатель на прогнозируемый период, %;

P_n – показатель, что соответствует уровню периода на момент исследования;

J_1, J_2, \dots, J_m – индексы изменения экономических, организационно-технических и других условий реализации продукции (в частности, сельскохозяйственной) в прогнозируемом периоде по сравнению с периодом исследования;

m – количество основных факторов, которые берутся во внимание.

Таблица 1

Уровень объема предложения в условиях одновременного действия разноректорных факторов

Предложение сельскохозяйственной продукции					
увеличение (содействия)			уменьшение (препятствия)		
факторы	обозначение	значение, %	факторы	обозначение	значение, %
совершенствование и внедрение новых технологий	<i>a</i>	20-25	рост цен на ресурсы для сельскохозяйственных производителей	<i>g</i>	30-35
увеличение количества продавцов однородной продукции	<i>b</i>	15-25	отсутствие институциональной поддержки производителей	<i>j</i>	10-12
государственная политика поддержки производителей	<i>c</i>	10-12	нерегулируемый импорт, контрабандный завоз	<i>f</i>	15-20

Следует отметить, что для построения соотношения (1) использован мультипликативный подход. Если, например, период роста цен составляет два года, то соответствующий индекс роста цен (J_*) будет в квадрате (J_*^2), где J_* соответствует одному году. Обобщим соотношение (1):

$$P_f = P_n \cdot J_1 \cdot \dots \cdot J_p / (J_p + 1 \cdot \dots \cdot J_m) \quad (2)$$

Здесь в числителе индексы, которые характеризуют увеличение цен (положительный эффект), а в знаменателе – уменьшение (негативный эффект для владельца продукции).

Относительные индексы (табл. 3) используем для оценки показателей P_{f1}, P_{f2} , где P_{f1} – показатель на прогнозируемый период, который характеризует возможные относительные изменения предложения сельскохозяйственной продукции.

Таблица 2

Уровень объема спроса при одновременном действии разноректорных факторов

Спрос на сельскохозяйственную продукцию					
увеличение (содействия)			уменьшение (препятствия)		
факторы	обозначение	значение, %	факторы	обозначение	значение, %
рост платежеспособности населения	<i>x</i>	12-15	снижение платежеспособности населения	<i>k</i>	20-25
удешевление товаров	<i>y</i>	8-10	низкое качество продукции	<i>n</i>	10-15
качественно новые виды продукции	<i>z</i>	10-15	наличие на рынке заменителей, альтернатива	<i>m</i>	8-12

Аналогично P_{f2} – показатель на прогнозируемый период, который характеризует возможные относительные изменения спроса на сельскохозяйственную продукцию.

Запишем соотношение (2) для данных, которые характеризуют возможные относительные изменения предложения аграрной продукции, приняв показатель, что соответствует актуальному моменту, $P_n = 1$:

$$P_{f1} = P_n \cdot J_a \cdot J_b \cdot J_c / (J_g \cdot J_j \cdot J_f). \quad (3)$$

Аналогично запишем соотношение (2) для данных, которые характеризуют возможные относительные изменения спроса на сельскохозяйственную продукцию, приняв также $P_n = 1$:

$$P_{f2} = P_n \cdot J_x \cdot J_y \cdot J_z / (J_k \cdot J_l \cdot J_s). \quad (4)$$

На основе данных табл. 1 проведены расчеты, характеризующие прогноз (на следующий год по сравнению с предыдущим). Результаты средних значений и возможных отклонений представлены в табл. 3.

Отклонения от средних значений для P_{f1} и P_{f2} находим следующим образом:

$$\Delta P_{f1} = (P_{f1max} - P_{f1min})/2 = 0,114; \quad \Delta P_{f2} = (P_{f2max} - P_{f2min})/2 = 0,097. \quad (5)$$

Следует отметить, что середины диапазонов отклонений

$$P_{f1*} = (P_{f1max} + P_{f1min})/2 = 0,95 \text{ и } P_{f2*} = (P_{f2max} + P_{f2min})/2 = 0,923 \quad (6)$$

незначительно отличаются от P_{f1c} и P_{f2c} .

Таблица 3

Возможные относительные изменения предложения и спроса на рынке сельскохозяйственной продукции

Возможные относительные изменения предложения сельскохозяйственной продукции			
Увеличение (содействия)		Уменьшение (препятствия)	
Факторы	Значение индекса	Факторы	Значение индекса
совершенствование и внедрение новых технологий	$I_a = 1,20 \div 1,25$	рост цен на ресурсы для сельскохозяйственных производителей	$I_g = 1,30 \div 1,35$
увеличение количества продавцов однородной продукции	$I_b = 1,15 \div 1,25$	отсутствие институциональной поддержки производителей	$I_j = 1,10 \div 1,12$
государственная политика поддержки производителей	$I_c = 1,10 \div 1,12$	нерегулируемый импорт, контрабандный завоз	$I_f = 1,15 \div 1,20$
Возможные относительные изменения спроса на сельскохозяйственную продукцию			
увеличение (содействия)		уменьшение (препятствия)	
Факторы	Значение индекса	Факторы	Значение индекса
рост платежеспособности населения	$I_x = 1,12 \div 1,15$	снижение платежеспособности населения	$I_k = 1,20 \div 1,25$
удешевление товаров	$I_y = 1,08 \div 1,10$	низкое качество продукции	$I_l = 1,10 \div 1,15$
качественно новые виды продукции	$I_z = 1,10 \div 1,15$	наличие на рынке заменителей, альтернатива	$I_s = 1,08 \div 1,12$

Относительные отклонения от P_{f1c} и P_{f2c} находим с помощью соотношений:

$$\delta P_{f1} = \frac{\Delta P_{f1}}{P_{f1c}} = \frac{0,114}{0,944} = 0,121; \quad \delta P_{f2} = \frac{\Delta P_{f2}}{P_{f2c}} = \frac{0,097}{0,927} = 0,105. \quad (7)$$

Таким образом установлено, что предложение преобладает спрос на:

$$W = P_{f1c}/P_{f2c} = 0,944/0,927 = 1,018, \quad (8)$$

то есть, в среднем на 1,8%.

Следовательно, с целью приближения процесса ценообразования в реальных условиях, по нашему мнению, формирование цен на собственную продукцию сельскохозяйственных товаропроизводителей должна базироваться на почве расходов и необходимой рентабельности с учетом общественно-необходимых затрат труда. Это условие должно выступать основным критерием научного обоснования и объективного процесса ценообразования.

Таблица 4

Средние значения индексов и возможные отклонения

	Средние значения	Минимальные значения индексов в (3), (4)	Максимальные значения индексов в (3), (4)	В числителях формул (3), (4) – минимальные значения, в знаменателях – максимальные	В числителях формул (3), (4) – максимальные значения, в знаменателях – минимальные
P_{f1}	$0,944=P_{f1c}$	0,923	0,965	$0,836=P_{f1min}$	$1,064=P_{f1max}$
P_{f2}	$0,927=P_{f2c}$	0,933	0,903	$0,826=P_{f2min}$	$1,020=P_{f2max}$

А, следовательно, в формировании рыночной цены на собственную продукцию сельскохозяйственных товаропроизводителей должны быть задействованными в формате предложения – производители, в формате потребителей – покупатели и государство, которая должна учитывать факторы влияния на изменение рыночных отношений между субъектами применяя регуляторные рычаги их нивелировать.

Библиографический список

1. Маркс К. Сочинения: в 48 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Политиздат, 1974.
2. Экономическая энциклопедия: в 3 т. / редкол.: С.В. Мочерный (отв. ред.) и др. – К.: Изд. центр «Академия», 2000 – 2001.
3. Пасхавер Б. Ценовая конкурентность аграрного сектора / Б. Пасхавер // Экономика Украины. – 2007. – № 1. – С. 78-87.
4. Грабовецкий Б. Экономическое прогнозирование и планирование: учебное пособие / Б. Есть. Грабовецкий. – К.: Центр учебной литературы, 2003. – 188 с.
6. Ковалевский Г.В. Индексный метод в экономике / Г.В. Ковалевский. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 239 с.

Статья поступила в редакцию 08.07.2014.

ПАВЛЕНЧИК Наталья Фёдоровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, Львовский национальный аграрный университет (Украина).

UDC 631.16:338: 3

N.F. Pavlenchik

PRICING IN THE MARKET OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Considers the effect of supply and demand in the format of the market mechanism. Explores the interdependence and interconditionality of its elements. The paper considers the process of pricing in the market of agricultural products in the context of instantaneous States and volumes of supply and demand.

Keywords: *market of agricultural products demand, supply, consumer, manufacturer, price, pricing.*