

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2021.55.41.013

Особенности ценообразования на предприятиях АПК

Пашина Любовь Леонидовна

Доктор экономических наук,
завкафедрой экономики агропромышленного комплекса,
Дальневосточный государственный аграрный университет,
679016, Российская Федерация, Биробиджан, Театральный переулок, 4;
e-mail: pashinall@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями ценообразования предприятий аграрно-промышленного комплекса, основной продукцией которых являются сельскохозяйственные продукты. Компания устанавливает цены как результат использования целенаправленной ценовой политики, комбинирующей различные техники и способы. Обязательным условием для построения эффективной ценовой политики является поэтапная организация процесса формирования цены и делегирования полномочий на сотрудников компании. Было выявлено, что в стоимости продукции растениеводства из материальных затрат около 1/3 занимают услуги сторонних организаций, а на материальные затраты приходится 2/3, из которых большая часть средств идет на корма. Причинами убыточности производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции является высокая материалоемкость аграрного производства. Применение устаревшей техники и приемов ведения хозяйства обуславливает невозможность возврата затрат на получение продукции при текущем уровне цен, в результате выручка не покрывает производственную себестоимость продукции. ликвидная цена аграрной продукции оказывается ниже минимального уровня средних переменных издержек. В настоящее время цена безубыточности, равная минимальному уровню средних совокупных издержек, достигается по многим товарам только за счет государственной поддержки. Выполненное исследование продемонстрировало, что на данный момент очевидна необходимость государственной поддержки, направленной на компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей, но их уровень в настоящее время недостаточен для расширенного воспроизводства.

Для цитирования в научных исследованиях

Пашина Л.Л. Особенности ценообразования на предприятиях АПК // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 5А. С. 105-112. DOI: 10.34670/AR.2021.55.41.013

Ключевые слова

Агропромышленный комплекс, ценообразование, продукты сельского хозяйства, реализация, сельскохозяйственные товаропроизводители.

Введение

В процессе определения особенностей ценообразования требуется изучение и глубокий анализ большого массива данных. Данное правило распространяется и на предприятия агропромышленного комплекса (АПК). Изучаемая информация делится на следующие разделы:

1. Данные о текущем положении рынка. Здесь описывается сегмент рынка, где планируется реализация товара, выполняется сегментация имеющегося рынка на основании покупательских групп, анализируется объем рынка, динамика развития повышения сбыта, механика взаимодействия отдельных рыночных сегментов.

2. Сведения об имеющихся конкурентах. Здесь собирается информация об имеющихся продуктах-конкурентах и покупательских ожиданиях. Данная проблема очень сложная, так как огромное количество вопросов таких, как возможность изменения цен, объем доли рынка конкурентов, изменение доли рынка отдельных товаров, финансовая устойчивость конкурентов.

3. Информация о ценах. Данный раздел должен включать следующую информацию:

- цены товаров-конкурентов;
- есть ли товары, которые могут стать лидерами по критерию «цена»;
- эластичность спроса на данном рынке;
- возможность использования инструментов для увеличения объема продаж.

4. Информация о правительственной политике. Данный раздел является одним из значимых именно для агропромышленного комплекса. В нем необходимо обобщить информацию о том, как правительство влияет на рынок и на отдельные предприятия, какие предприятия- основные поставщики для организаций правительства, и есть ли смысл рассчитывать на заказы правительства и поддержку от государства.

5. Информация о производственных затратах. В данном разделе нужно оценить внутренние возможности предприятия и сопоставить с условиями на рынке, то есть возможные объемы производства, запасы предприятия, затраты, динамику статей затрат и их зависимость как от внешних, так и от внутренних факторов, проанализировать как изменение объема производства повлияет на затраты. Проанализировать насколько затраты соответствуют задачам ценообразования.

6. Информация о выручке от продаж товаров и прибыли. Данный раздел дает информацию о цели предприятия и эффективности выхода на рынок.

Основная часть

Ценообразование – это, с одной стороны, связь между ценой и факторами ценообразования и, с другой – способ формирования цены и ее изменение во времени.

Ценообразование можно представить в следующем виде:

цель компании → стратегия → цель формирования цены → стратегия формирования цены → методы → формирование цены → установка цены [Бакальская, 2016].

Цель и стратегия предприятия составляют экономическую политику предприятия, а цель и стратегия ценообразования образуют ценовую политику. В связи с этим ценовую политику предприятия можно определить, как ряд вытекающих из политики предприятия сравнительно постоянных принципов, использующихся в ходе решения вопросов, связанных с установлением

цен.

Способы формирования цены стандартны, они базируются на имеющемся опыте и знаниях, также обязательно включают в себя расчеты затрат.

Компания устанавливает цены как результат использования целенаправленной ценовой политики, комбинирующей различные техники и способы [2].

Обязательным условием для построения эффективной ценовой политики является поэтапная организация процесса формирования цены и делегирования полномочий на сотрудников компании.

Процесс ценообразования должен выявлять те направления деятельности, где необходимо принимать меры, ту продукцию, на которую следует делать упор, или ту продукцию, которая требует использования большого количества ресурсов и дает наибольшую или не дает совсем прибыли.

Между представителями различных служб предприятия по вопросам ценообразования могут возникнуть расхождения мнений. Так руководитель службы сбыта может настаивать на снижении цены с целью повышения показателей реализации. Финансисты при этом через цены стремятся покрыть затраты на разработку и маркетинг.

Большое значение при изучении ценовой политики имеет факторный анализ уровня среднереализационных цен. Данный показатель рассчитывается как отношение выручки от реализации к объему продаж за отчетный период. Данный показатель напрямую зависит от таких характеристик как качество самого продукта, особенности и конъюнктура рынка, сроки реализации, инфляционные [Ступникова, 2016]. При этом ведущим фактором, влияющим на рост или снижение, является качество: чем оно выше – тем выше цена. Изменение среднереализационных цен на основании качества рассчитывается по следующей формуле:

$$(\Delta Ц_{\text{кач}}) = ((Ц_{\text{н}} - Ц_{\text{п}}) \cdot ОР_{\text{Пн}}) / ОР_{\text{Побщ}}, \quad (1)$$

где $Ц_{\text{н}}$ – цена продукта при новом качестве,

$Ц_{\text{п}}$ – цена продукта при прежнем качестве,

$ОР_{\text{Пн}}$ – объем реализации продукта при новом качестве,

$ОР_{\text{Побщ}}$ – общий объем реализации продукта за отчетный период.

Рынок продуктов АПК на данный момент признан наиболее специфичным. Здесь отмечаются следующие виды цен: закупочные, бартерные, биржевые [Сычева, 2015].

При этом закупочные цены формируются на базе следующих факторов:

1. Социально-экономические. Здесь подразумеваются различия между 3 основными группами производителей сельхоз продукции: частные лица, крестьянские хозяйства, крупные сельхоз предприятия.

2. Существенная государственная поддержка АПК. Под поддержкой понимают выделение финансирования для проведения необходимых работ, возмещения стоимости необходимых расходов, льготные кредиты, налогообложение по льготным ставкам и т.д.

3. Географические и природные факторы.

4. Сезонность производства. Данный фактор обуславливает необходимость установки сезонных закупочных цен на сельхоз продукты. Они рассчитываются с учетом производственных затрат, которые повышаются в неблагоприятное время года.

На ряд продуктов, которые относятся к категории основных продуктов животноводства и

растениеводства и реализуются на основе государственных закупок, государственные органы устанавливают минимальные закупочные цены [Ткачев, 2016].

При формировании себестоимости ведущим компонентом является расход материалов собственного производства, к которым относятся удобрения, семена и корма. Важно учитывать, что, если время года благоприятное, климатические условия благополучные, в результате производство продуктов растениеводства в разы выше, чем в неблагоприятное время при сохранении уровня трудовых затрат [Полищук, 2017].

Рост себестоимости на продукты собственного производства во время неурожая увеличиваются с учетом расходов на продукцию уже следующего года.

Особое внимание при формировании закупочных цен на сельхоз продукцию необходимо уделять паритету цен на продукты промышленности и продукты сельского хозяйства, так как это обеспечивает эквивалентный обмен между данными стратегическими областями народного хозяйства [Ступникова, 2016].

Индекс паритета цен демонстрирует соотношение цен на продукты промышленности и сельского хозяйства. Для его расчета используется следующая формула:

$$I_{пц} = J_{цп} / J_{зп} \quad (2)$$

где $J_{ц.п.}$ – индекс цен на продукты промышленности, работы и услуги для сельского хозяйства,

$J_{з.п.}$ – индекс закупочных цен на продукты сельского хозяйства.

Для расчета $J_{ц.п.}$ основным элементом является «ресурсная корзинка», которая состоит из минимально необходимого числа машин, техники, оснащения, удобрений и других ресурсов для сельского хозяйства.

Индекс закупочных цен дает полную картину реализации сельхоз продукции различных видов в пересчете на 1 крестьянское или фермерское хозяйство. В перспективе, согласно прогнозам экспертов, ценовая политика АПК будет определяться внедрением методов рыночного формирования цен при условии взвешенного регулирования государством рынка сельхоз продукции. Комплексный подход к формированию ценового механизма АПК в неразрывной связи с другими отраслями национальной экономики обусловлен тем, что больше 70% товаров личного потребления изготавливаются из сельскохозяйственной продукции, которые положительно влияют на потребительский рынок, денежный оборот, играют важную роль в формировании стоимости и цены рабочей силы. Ведущими принципами ценообразования на сельхоз продукты являются следующие:

1. При нормальных условиях уровень цен покрывает затраты сельхоз предприятий и обеспечивает им часть прибыли, достаточную для дальнейшего восстановления и развития. При этом для определения цены используется следующая формула:

$$Ц = C + V + m \quad (4)$$

где $C + V$ – себестоимость продукции,
 m – прибыль, остающаяся в хозяйстве.

2. Принцип установления экономически обоснованных соотношений между закупочными

ценами на разные виды продуктов сельского хозяйства [Ткачев, 2016].

3. Установление утешительных цен. Поскольку производство более качественной продукции, улучшает ее потребительские способности требуются дополнительные затраты труда. Таким образом, изменение и соотношение себестоимости и потребительской стоимости, а также качество товара взаимосвязаны. Сельскохозяйственная продукция характеризуется собственными показателями качества.

4. Уровень закупочных цен формируется и регулируется на основании соотношения текущего предложения и спроса. Динамика при этом происходит на фоне ликвидации монополизма и предоставления одинаковых прав коллективным, государственным предприятиям и иным субъектам хозяйствования. Формирование цен имеет стратегическую важность для АПК, по этой причине государство должно вмешиваться в данный процесс при условии наблюдения экономистов. Формирование цен – это сложный процесс, на которые оказывают прямое влияние широкий круг факторов, внешних и внутренних. Определение ориентации формирования цен, подходов к расчету цен на новые или реализуемые продукты, предоставляемые услуги для повышения реализации, оборота товара, роста производства, увеличения прибыли выполняется на поле маркетинга.

Из этого вытекает, что формирование и установление цены является элементом маркетинга, который прямо воздействует на сбыт предприятия, так как уровень и отношение цен на ряд продуктов, особенно на продукты-конкуренты, имеют определяющее влияние на объемы клиентских закупок.

Цены тесно взаимосвязаны с составляющими маркетинговой политики и деятельности компании АПК в целом. Цены определяют коммерческие результаты, а ценовая политика определяет положение предприятия на рынке в долгосрочной перспективе.

Таким образом, ценовая политика заключается в том, чтобы устанавливать на продукцию цены и так варьировать ими, исходя из условий и рыночной ситуации, чтобы овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи.

Продажа продукции растениеводства и животноводства не всегда приносит прибыль, так как затраты превышают рыночную стоимость сельскохозяйственной продукции. Среди основных факторов, влияющих на формирование цены на продукцию агропромышленного комплекса, можно выделить следующие: природно-климатические условия, диспаритет цен, масштабное присутствие иностранной продукции, отсутствие необходимого уровня государственной поддержки местных сельхоз производителей, наличие большого количества звеньев в производственной цепочке, большая часть населения с низкой платежеспособностью, сезонность производства (заготовка кормовой базы, период лактации, период выращивания продукции растениеводства и др.), высокий уровень затрат на производство, короткий период сохранности продукции животноводства.

Заключение

В целом экономические показатели функционирования АПК региона в современных условиях хозяйствования остаются весьма неустойчивыми и не позволяют осуществлять расширенное воспроизводство.

Экономическое положение многих сельхозтоваропроизводителей области вынуждает их соглашаться на непаритетные условия договоров и контрактов при реализации продуктов

сельского хозяйства.

Основа ценообразования на сельхоз продукты – рыночные законы спроса и предложения. Главный фактор, который определяет цена – затраты на производство. В предприятиях АПК Амурской области примерно 2/3 цены продуктов сельского хозяйства приходится на материальные затраты, из них 1/4 составляют услуги сторонних организаций и другие траты, преимущественно сырье для дальнейшей переработки, а также ремонтные и агрохимические работы. Существенной по значимости статьей производственных затрат является оплата труда.

Таким образом, в стоимости продукции растениеводства из материальных затрат около 1/3 занимают услуги сторонних организаций, а на материальные затраты приходится 2/3, из которых большая часть средств идет на корма.

Причинами убыточности производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции является высокая материалоемкость аграрного производства. Применение устаревшей техники и приемов ведения хозяйства обуславливает невозможность возврата затрат на получение продукции при текущем уровне цен, в результате выручка не покрывает производственную себестоимость продукции.

На аграрном рынке товаропроизводители вынуждены одновременно реагировать на спрос, на ценовую реакцию покупателя, а не только на свои затраты, приближая цену предложения к цене спроса. Поэтому ликвидная цена аграрной продукции оказывается ниже минимального уровня средних переменных издержек. В настоящее время цена безубыточности, равная минимальному уровню средних совокупных издержек, достигается по многим товарам только за счет государственной поддержки.

В связи с этим возникает необходимость государственной поддержки, направленной на компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей, но их уровень в настоящее время недостаточен для расширенного воспроизводства.

Библиография

1. Бакальская, Е.В. Сравнительный анализ ценовых методов /Е.В.Бакальская//Путь науки. – 2016. - №9(31). – С.59-61
2. Гафуров, А.М. Цена как экономический регулятор /А.М.Гафуров//Инновационная наука. – 2016. -№6. – С.63-64
3. Илларионов, А.Д. Особенности цен на современном этапе развития экономики/ А.Д.Илларионов//Вопросы экономики. – 2015. - №11. – С.34
4. Кладковая, Е.Д. Рыночные цены и ценообразование /Е.Д. Кладковая, О.Г.Кабакова//Современные проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса региона. – Новосибирск. – 2017. – С.245-247
5. Лев, М.Ю. Цены и ценообразование /М.Ю.Лев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА,2015. – 383с. – ISBN:978-5-238-02643-5
6. Лукьянова, А.А. Совершенствование механизма ценообразования в региональном АПК: состояние и проблемы/А.А.Лукьянова//Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. -2015. -№5. – С.46-49
7. Лухуташвили, Г.Г. Особенности ценообразования в условиях рыночной конкуренции /Г.Г.Лухуташвили//Вопросы экономики и управления. – 2017. - №1(8). – С.36-39
8. Магомедов, М.Д. Ценообразование/ Е.Ю.Коломзина, И.И.Чайкина, М.Д.Магомедов – М.: ИТК «Дашков и К»,2017. – 248сс. – ISBN 978-5-394-02663-8
9. Малашонок, А.А. Особенности стратегического планирования в агропромышленном секторе/ А.А. Малашонок, Л.Л. Пашина// Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2016. -№10. –С.152-157.
10. Полищук, Л.Г. Методология и практика обоснования управленческих решений в ценообразовании на современном предприятии /Л.Г.Полищук//Вестник ПГУ им. Шолом-Алейхема. – 2017. - №1. – С.158-171.
11. Средние цены реализации сельскохозяйственной продукции производителями всех категорий. Единая межведомственная информационно-статистическая система // Офиц. Сайт:URL:<https://fedstat.ru/indicator/40511.do>(дата обращения 03.10.2020).
12. Ступникова, М. Функции цены в рыночной экономике /М.Ступникова,Л.А.Кострюкова//Актуальные проблемы образования:позиция молодых. – Челябинск. – 2016. – С.171-173.

13. Сычева, И.Н. Кластеры в инновационном развитии регионального АПК/ И.Н. Сычева, Е.С. Пермьякова, Н.Н. Кузьмина//Современные тенденции развития науки и технологий. – 2015. - №3-3. С.110-112.
14. Ткачев, С.И. Стимулирование развития региональной аграрной экономики на основе импортозамещения /С.И. Ткачев, Е.В.Васильева, И.В.Петрова,Л.В.Казакова// Аграрный научный журнал. – 2016. - №7. – С.93-100.
15. Федотов, М. Конкурентное ценообразование на предприятии/ М.Федотов//Маркетинг. – 2015. - №2. – С.49-55.
16. Ценовая политика организаций АПК. Методы ценообразования. Роль цены конечной продукции и в управлении предприятием [сайт]. – URL:https://studopedia.ru/9_89448_tsenovaya-politika-organizatsiy-apk-metodi-tsenoo-brazovaniya-rol-tseni-konechnoy-produktsii-v-upravlenii-predpriyatiiem.html (дата обращения 10.10.2020).

Features of pricing at agricultural enterprises

Lyubov' L. Pashina

Doctor of Economics,
Head of the Department of Economics of the Agro-industrial complex,
Far Eastern State Agrarian University,
679016, 4, Teatralny Lane, Birobidzhan, Russian Federation;
e-mail: pashinall@mail.ru

Abstract

This article discusses issues related to the peculiarities of pricing of enterprises of the agricultural and industrial complex, the main products of which are agricultural products. The company sets prices as a result of using a targeted pricing policy that combines various techniques and methods. A prerequisite for building an effective pricing policy is a step-by-step organization of the price formation process and delegation of authority to the company's employees. It was revealed that in the cost of crop production, about 1/3 of the material costs are occupied by the services of third-party organizations, and 2/3 of the material costs account for material costs, of which most of the funds go to feed. The reasons for the unprofitability of the production of certain types of agricultural products is the high material consumption of agricultural production. The use of outdated equipment and farming techniques makes it impossible to return the costs of obtaining products at the current price level, as a result, the revenue does not cover the production cost of products. the liquid price of agricultural products is below the minimum level of average variable costs. Currently, the break-even price, equal to the minimum level of average aggregate costs, is achieved for many goods only at the expense of state support. The study has demonstrated that at the moment there is an obvious need for state support aimed at compensating part of the costs of agricultural producers, but their level is currently insufficient for expanded reproduction.

For citation

Pashina L.L. (2021) Osobennosti cenoobrazovaniya na predpriyatijah APK [Features of pricing at agricultural enterprises]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (5A), pp. 105-112. DOI: 10.34670/AR.2021.55.41.013

Keywords

Agro-industrial complex, pricing, agricultural products, sales, agricultural producers.

References

1. Bakalskaya, E. V. Comparative analysis of price methods/ E. V. Bakaklskaya//The path of science. – 2016. - №9(31). – Pp. 59-61
2. Gafurov, A.M. Price as an economic regulator /A.M. Gafurov//Innovative science. - 2016. - No. 6. - p. 63-64
3. Illarionov, A.D. Features of prices at the present stage of economic development/ A.D. Illarionov//Economic issues. - 2015. - No. 11. - p. 34
4. Kladkova, E. D. Market prices and pricing /E. D. Kladkova, O. G. Kabakova//Modern problems and prospects of development of the agro-industrial complex of the region. - Novosibirsk. - 2017. - p. 245-247
5. Lev, M. Yu. Prices and pricing /M. Yu. Lev. - Moscow: UNITY-DANA, 2015. - 383c – - ISBN:978-5-238-02643-5
6. Lukyanova, A. A. Improving the pricing mechanism in the regional agro-industrial complex: state and problems/A. A. Lukyanova//The economy of agricultural and processing enterprises. -2015. - No. 5. - p. 46-49
7. Lukhutashvili, G. G. Features of pricing in the conditions of market competition /G. G. Lukhutashvili//Questions of economics and management. – 2017. - №1(8). – Pp. 36-39
8. Magomedov, M. D. Pricing/ E. Y. Kolomzina, I. I. Chaikina, M. D. Magomedov-M.: ITK "Dashkov and K", 2017 – - 248cc – - ISBN 978-5-394-02663-8
9. Malashonok, A. A. Features of strategic planning in the agro-industrial sector/ A. A. Malashonok, L. L. Pashina// Bulletin of the Altai State Agrarian University. - 2016. - No. 10. - pp. 152-157.
10. Polishchuk, L. G. Methodology and practice of justification of management decisions in pricing at a modern enterprise /L. G. Polishchuk//Bulletin of the PSU named after. Sholom Aleichem. - 2017. - No. 1. - pp. 158-171.
11. Average sales prices of agricultural products by producers of all categories. Unified interdepartmental information and statistical system // Ofic. Website: URL: [https:// fedstat. ru/indicator/40511. do](https://fedstat.ru/indicator/40511.do) (accessed 03.10.2020).
12. Stupnikova, M. Price functions in a market economy /M.Stupnikova,L. A. Kostryukova//Actual problems of education:the position of the young. - Chelyabinsk. - 2016. - p. 171-173.
13. Sycheva, I. N. Clusters in the innovative development of the regional agro-industrial complex/ I. N. Sycheva, E. S. Permyakova, N. N. Kuzmina//Modern trends in the development of science and technology. - 2015. - №3-3. pp. 110-112.
14. Tkachev, S. I. Stimulating the development of the regional agrarian economy on the basis of import substitution /S. I. Tkachev, E. V. Vasilyeva, I. V. Petrova, L. V. Kazakova// Agrarian Scientific Journal. - 2016. - No. 7. - pp. 93-100.
15. Fedotov, M. Competitive pricing at the enterprise/ M. Fedotov//Marketing. - 2015. - No. 2. - p. 49-55.
16. Pricing policy of agricultural organizations. Pricing methods. The role of the price of the final product in the management of the enterprise [website]. – URL:https://studopedia.ru/9_89448_tsenovaya-politika-organizatsiy-apk-metodi-tsenoo-brazovaniya-rol-tseni-konechnoy-produktsii-v-upravlenii-predpriyatiem.html (accessed 10.10.2020).