

## ТЕМА 10. ЦЕНОВОЙ МЕХАНИЗМ В АПК

### Вопросы лекции:

- 10.1. Цена как экономическая категория, инструмент экономического управления и рыночных отношений. Функции цен.
- 10.2. Виды цен.
- 10.3. Система цен в АПК и их применение.
- 10.4. Методологические основы ценообразования и государственного регулирования цен.
- 10.5. Внутренние и внешние факторы, влияющие на уровень и динамику цен.
- 10.6. Государственное регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие.
- 10.7. Эквивалентность межотраслевого обмена в АПК и его влияние на финансы. Ценовой паритет (диспаритет).

### **10.1. Цена как экономическая категория, инструмент экономического управления и рыночных отношений. Функции цен**

Главной характеристикой, определяющей соотношение спроса и предложения, является рыночная цена на продукцию. Экономические связи в народном хозяйстве осуществляются в форме обмена результатами деятельности организаций посредством цен. Для обеспечения эквивалентности обмена сумма цен всегда должна равняться сумме значений стоимости товара. В экономической литературе существуют различные определения понятия «цена»:

- денежное выражение стоимости;
- сумма всех производственных и маркетинговых затрат плюс средняя прибыль на авансированный капитал;
- сумма, за которую покупатель готов купить товар, а производитель – продать.

Цена является одним из показателей для определения выручки от реализации продукции, а значит, непосредственно влияет на размер прибыли, получаемой организацией. **Цена** – это экономическая категория, служащая для косвенного измерения величины рабочего времени, затраченного на производство общественно необходимого товара.

В рыночной экономике цена является основным ориентиром для сельскохозяйственного производителя, т. к. от цены зависит, произойдет ли возврат затрат производства, получит ли сельскохозяйственная организация прибыль или останется в убытке. То есть цена – один из основных факторов определения выручки от реализации продукции. Она непосредственно влияет на размер получаемой прибыли и на финансово-экономическое состояние организации.

В условиях развития рыночных отношений цена выполняет ряд важных функций:

1. Измерительная. Цена в единых денежных знаках измеряет стоимость товара. Она выражает общественно необходимые затраты труда на производство товара.

2. Плановая. Внутрихозяйственное планирование производства, распределения, обмена и потребления продукции в стоимостном выражении осуществляется с помощью цен на планируемые процессы.

3. Регулирующая. Цены представляют собой основной инструмент уравновешивания спроса и предложения. Повышение или понижение цены на рынке приводит к выравниванию величины спроса и предложения и тем самым увеличивает или сокращает поставку товаров и услуг на рынок.

4. Распределительная. Повышение или понижение цен ведет к перераспределению доходов и прибыли между отраслями, организациями, социальными группами населения.

5. Контрольная. Цены служат инструментом учета и контроля расхода материально-вещественных и природных ресурсов, их движения и сохранения.

6. Стимулирующая. Цены стимулируют заинтересованность товаропроизводителей в повышении объемов производства, снижении затрат и увеличении размера прибыли. Размер прибыли от реализации продукции во многом зависит от уровня цен на конкретный вид товара и затрат производства. Согласно закону предложения, рост цен на продукцию будет стимулировать увеличение объемов выпуска данной продукции.

7. Социальная. Изменение розничных цен способствует перераспределению доходов и расходов населения, изменению семейного бюджета, влияет на доступность различных видов товаров, социальных благ и услуг для населения.

Экономически обоснованная цена должна обеспечивать организации возмещение затрат и получение необходимой прибыли.

## 10.2. Виды цен

Многообразие цен можно классифицировать по ряду экономических признаков:

### ***1. В зависимости от сферы обслуживания национальной экономики:***

*1.1. Оптовые цены* – это цены, по которым производственные организации или их посредники реализуют свою продукцию оптом (в больших объемах), не прибегая к услугам торговых розничных организаций. Характерная особенность: реализация товаров по оптовым ценам осуществляется, как правило, путем безналичных расчетов.

*1.2. Закупочные цены* – это цены, по которым сельскохозяйственные товаропроизводители реализуют сельскохозяйственную продукцию крупными партиями государству и перерабатывающим организациям различных форм собственности.

*1.3. Цены государственных закупок* – это цены, по которым государственные органы ведут закупки различных видов продукции для формирования

централизованных государственных фондов. Включение того или иного вида продукции в государственные закупки связано с ее повышенным народнохозяйственным, стратегическим и социальным значением (важнейшие виды сырья, зерно, хлопок и др.).

*1.4. Розничные цены* – это цены, по которым товары реализуются конечному потребителю (населению). При реализации товаров по розничным ценам обычно применяется налично-денежная форма расчетов.

*1.5. Сметная стоимость (цены строительства)* – это цены строительства новых, расширения, реконструкции и технического перевооружения действующих производственных и непроизводственных основных средств.

*1.6. Внешнеторговые (мировые) цены* – это цены, по которым осуществляются экспортно-импортные сделки (экспортные цены, по которым производители продают отечественные товары (услуги) на мировом рынке; импортные цены, по которым закупаются товары (услуги) за рубежом).

*1.7. Тарифы* – это система ставок, по которым взимается плата за услуги производственного и потребительского назначения как за продукцию, которая относится к особому рода потребительской стоимости, доставляемой трудом, оказывающую услугу не только в вещественной форме, но, прежде всего, в форме деятельности. Тариф – денежное выражение стоимости единицы работы, услуги.

## **2. В зависимости от степени государственного регулирования и уровня конкуренции:**

*2.1. Рыночные (свободные) цены* – это цены, которые формируются на рынке под влиянием спроса и предложения и освобождены от прямого вмешательства государства.

*2.2. Регулируемые цены* – это цены, которые формируются под влиянием спроса и предложения, но испытывают соответствующее воздействие со стороны государства, проявляющееся в следующих формах:

- установление верхнего абсолютного уровня цены – наиболее жесткий метод в условиях рыночных отношений, который реализуется путем определения базовой цены и предельных ценовых коэффициентов ее роста;

- ограничение роста цены путем регламентирования нормы прибыли по отношению к определенной базе, например себестоимости, заработной плате, стоимости основных средств;

- установление ограничений на получение посредниками соответствующего вознаграждения;

- установление нижнего предела цены.

Первые три формы государственного воздействия на цены связаны с ограничением их роста с целью сдерживания инфляции, а четвертая форма применяется в фискальных целях, т. е. для того, чтобы шли отчисления в бюджет.

*2.3. Фиксированные цены* – это цены, непосредственно устанавливаемые государственными органами и являющиеся крайней мерой прямого ценового

регулирования. Они являются ценами однозначного уровня, когда продавец не имеет права отклоняться от него в какую-либо сторону.

### **3. В зависимости от стадий ценообразования:**

*3.1. Оптовые (отпускные) цены изготовителя* формируются на стадии производства товара, должны компенсировать производителю затраты на создание, реализацию продукции и принести прибыль. Элементы оптовой (отпускной) цены изготовителя:

- затраты на продукцию, которые представляют собой плановые и нормативные затраты, связанные с производством и реализацией продукции. По действующему законодательству, себестоимость включает ряд налогов и отчислений в различные фонды: налог на землю, экологический налог, отчисления на социальные нужды, в дорожный, инновационный фонды;

- прибыль, необходимая для создания средств на потребление и накопление организацией, а также уплаты прямых налогов за счет прибыли;

- различные надбавки к цене – косвенные налоги, которые устанавливаются государством с учетом общественных потребностей и увеличивают цену (например, акциз);

- НДС.

*3.2. Оптовые (отпускные) цены оптовика* возникают в случае использования производителем посредника и включают в себя помимо оптовой цены изготовителя оптовую торговую надбавку.

Состав оптовой надбавки:

- затраты оптовой организации;

- прибыль оптовой организации;

- НДС на оптовую надбавку;

- акциз (в случае оплаты оптовым звеном).

*3.3. Трансфертная (внутрихозяйственная) цена* – разновидность оптовой (отпускной) цены, которая применяется при совершении коммерческих операций между подразделениями одной и той же организации, например при поставках деталей, узлов, агрегатов, комплектующих изделий внутри фирмы дочерним организациям. Трансфертные цены не ориентированы на решение внутренних учетно-распределительных проблем в соответствии с общей политикой фирмы.

*3.4. Розничные цены* являются конечными ценами и формируются в сфере розничной торговли. Помимо оптовых (отпускных) цен включают торговые надбавки.

Состав розничной надбавки:

- затраты розничной торговли;

- прибыль розничной торговли;

- НДС на розничную надбавку;

- акциз (если его не перечислила оптовая организация);

- налог на продажу (если он включен в розничную цену). Местным Советам депутатов дано право вводить на своей территории налоги на продажу пива, вино-водочных и табачных изделий, сборы за услуги гостиниц.

**4. В зависимости от базисных условий**, под которыми понимаются условия отражения в цене расходов на транспортировку, погрузку, разгрузку, страхование товаров и на таможенное оформление. В данном случае порядок возмещения ценой транспортных расходов объясняется термином «франко», показывающим, до какого места пути следования товара транспортные расходы включены в цену.

Используют две группы франко, соответствующие различным условиям поставки. *Первая группа* включает цены, тяготеющие к местам производства или отправки продукции:

- *франко-склад поставщика*: все расходы по транспортировке продукции от организации поставщика до покупателя несет покупатель, поэтому в цену они не включаются;

- *франко-станция (порт, пристань) отправления*: поставщик продукции включает в цену расходы по доставке продукции до станции отправления, ее взвешиванию и отправке;

- *франко-транспортное средство (вагон, баржа или борт парохода, самолета) – станция отправления*: в отпускную цену включаются не только расходы по доставке продукции до станции ее отправления, но и затраты по погрузке продукции в транспортное средство.

*Вторая группа* включает цены, тяготеющие к местам потребления или доставки продукции:

- *франко-склад покупателя*: в отпускную цену включаются все расходы по транспортировке продукции к покупателю;

- *франко-станция назначения*: в отпускную цену включаются все расходы по доставке продукции до станции назначения, а также выгрузке товара из транспортного средства;

- *франко-транспортное средство – станция назначения*: в отпускную цену включаются расходы по доставке продукции до станции назначения и расходы по перегрузке ее в пути следования.

#### **5. По форме организации торговли:**

**5.1. Биржевые цены** – это цены по сделкам, заключаемым на бирже, выступающей в роли посредника товарообменных операций.

**5.2. Аукционные цены** – это цены, отражающие процесс продажи товара на аукционе.

**5.3. Цены торгов** – это цены при специализированной форме торговли, основанной на выдаче заказов на поставку товаров.

#### **6. По способу установления, фиксации:**

**6.1. Твердая (постоянная) цена** – это цена, которая устанавливается в момент подписания договора и не меняется в течение всего срока поставки продукции по данному договору. Срок действия цены заранее не определен.

**6.2. Подвижная цена** – это цена, которая является фиксированной в момент заключения договора, но может быть пересмотрена в дальнейшем, если к моменту исполнения договора рыночная цена изменится (повысится, понизится). В таком случае цена должна измениться, о чем делается соответст-

вующая оговорка. Подвижная цена устанавливается обычно на промышленные сырьевые, продовольственные товары, поставляемые по долгосрочным договорам.

*6.3. Гибкая цена* – это цена, которая свободно изменяется при изменении совокупного спроса.

*6.4. Скользящая цена* – это цена, устанавливаемая при сделках на продукцию (работы, услуги) с длительным производственным циклом. Она рассчитывается на основе принципа скольжения, позволяющего учитывать изменения в затратах производства, которые имели место за период времени, необходимый для изготовления продукции.

### **7. С учетом фактора времени:**

*7.1. Постоянная цена* – это цена, срок действия которой заранее не определен.

*7.2. Сезонная цена* – это закупочная и розничная цена на некоторые сельскохозяйственные продукты (овощи, фрукты), планомерно изменяющаяся по временам года (сезонам).

*7.3. Ступенчатая цена* – ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале.

*7.4. Сопоставимая цена* – это цена какого-либо определенного года (на какую-либо определенную дату), условно принимаемая за базу при сопоставлении в стоимостном выражении объема производства, товарооборота и других экономических показателей в отдельные периоды.

### **8. Цены, используемые во внутрипроизводственном планировании и учете в организации:**

*8.1. Планово-расчетные цены* используются во внутрипроизводственном планировании в крупных организациях, в объединениях при расчетах между цехами и подразделениями организаций. Они являются элементом внутрипроизводственного хозрасчета.

*8.2. Учетные цены* применяются для оценки движения материальных ресурсов, готовой продукции в организации. В зависимости от выбранной и оговоренной в приказе организации учетной политики в учете товаров могут использоваться цены покупные или продажные, средневзвешенные или последнего приобретения.

### **10.3. Система цен в АПК и их применение**

Системой цен характеризуется взаимосвязь различных их видов. Такая взаимосвязь неизбежно возникает, поскольку одни цены зависят от других. Например, повышение оптовой цены, как правило, вызывает повышение розничных и всех остальных цен. Особую роль в формировании цен на продукцию сельского хозяйства играют цены промышленных товаров (на технику, удобрения, ядохимикаты и т. д.) и тарифы транспорта, т. к. они непосредственно определяют уровень затрат в сельском хозяйстве.

На внешнем и внутреннем рынках сложилось множество цен на продукцию и услуги отечественного АПК. Высшим их уровнем должны служить цены мирового рынка, которые призваны возмещать затраты на производство, заготовку и транспортировку продукции зарубежным покупателям (включая таможенно-тарифные налоги и сборы) с прибавлением минимально необходимой прибыли на всех этапах продвижения экспортируемых товаров. Такие цены формируются под влиянием спроса и предложения и регулируются монополистическими объединениями стран-экспортеров и импортеров.

На отечественном рынке высшим уровнем должны служить розничные цены, возмещающие производителям продукции затраты производства и прибыль, заготовителям и торговым организациям – торгово-заготовительные затраты и прибыль. Однако на практике розничные цены на отдельные социально значимые продукты первой необходимости могут устанавливаться государством ниже закупочных, а разница возмещается за счет средств республиканского и местных бюджетов, специальных централизованных фондов.

Наиболее распространенными в АПК являются государственные закупочные цены, по которым заготовители и перерабатывающие организации закупают сельскохозяйственную продукцию у сельхозпроизводителей, фермеров и населения в счет госзаказа и помимо него. Указанные цены утверждаются республиканскими и местными ценообразующими органами в директивном порядке. Государственные закупочные цены призваны возмещать затраты производства и минимально необходимую прибыль каждому нормально работающему субъекту хозяйствования.

Так же широко распространены свободные договорные цены на продукцию организаций АПК, реализуемую ими сверх госзаказа. Их разновидностью являются межхозяйственные расчетные цены, устанавливаемые в межхозяйственных производственных объединениях на сырье и полуфабрикаты, реализуемые хозяйствами-участниками головным организациям в порядке кооперированных поставок. В основе таких цен лежит нормативная себестоимость полуфабрикатов (молодняка для дорастивания и откорма) с прибавлением планируемой прибыли головной (межхозяйственной) организации в соответствии с трудо- и фондоемкостью продукции по кооперирующимся хозяйствам. Применяются также договорные цены по случайным сделкам хозяйствующих субъектов, цены внутридеревенского оборота сельскохозяйственной продукции и тарифы на услуги работникам организаций АПК.

По мере развития рыночных отношений организаций АПК большее распространение получают свободные цены крестьянского рынка, где хозяйствующие субъекты (коллективные, частные) реализуют излишки сырья и продовольствия с учетом спроса и предложения. Верхним уровнем таких цен являются розничные цены государственной и комиссионной торговли, иначе покупатель станет приобретать аналогичный товар у торговых организаций.

Все большее распространение получают внутрихозяйственные планово-учетные и расчетные цены в условиях арендных отношений и внутрихозяй-

ственного расчета. За основу планово-учетных цен, по которым структурные подразделения приобретают у административных служб или управленческих кооперативов сырье и материалы (семена, корма, удобрения), принимаются себестоимость этих материалов собственного производства и цены приобретения покупного сырья и полуфабрикатов. Внутрихозяйственные расчетные цены устанавливаются главным образом в сельскохозяйственных организациях в отношении закупок продукции, выращенной структурными подразделениями. В основе таких цен лежит нормативная себестоимость единицы продукции в подразделениях с прибавлением единой общехозяйственной нормы чистого дохода в соответствии с нормативной трудоемкостью различных продуктов. Расчетные цены могут быть едиными для всех подразделений, если существенно не различаются объективные условия производства, технологическая трудоемкость и рентабельность, заложенная в государственных закупочных ценах.

Государственные оптовые цены регулируются на средства производства, реализуемые агропромышленным организациям: сельскохозяйственную технику, транспортные средства, сырье, топливо и материалы. Разновидностью оптовых (отпускных) цен на средства производства являются тарифы на услуги организаций на сторону. Это тарифы на услуги автотранспорта, электроэнергию, жилищно-коммунальные услуги и т. п.

#### **10.4. Методологические основы ценообразования и государственного регулирования цен**

Ценообразование – процесс по установлению, регулированию цен и контролю за применением установленного законодательством порядка ценообразования.

Методология ценообразования – совокупность принципов ценообразования, методов обоснования уровня, структуры, соотношения и динамики цен, а также методов формирования системы цен в соответствии с требованиями объективных экономических законов.

Главные **принципы** ценообразования:

*1. Научная обоснованность цен:* необходимость учета в ценообразовании объективных экономических законов. Научной обоснованности устанавливаемых цен способствует тщательный сбор и анализ информации о действующих ценах, уровнях издержек, соотношении спроса и предложения, других рыночных факторах. Особое значение приобретает прогнозирование макро- и микроэкономических показателей. Полнота информационного обеспечения процесса ценообразования становится ключевым моментом в обосновании уровня цен.

*2. Принцип целевой направленности цен:* организация определяет, какие конкретные экономические и социальные задачи она будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию.

*3. Принцип непрерывности процесса ценообразования:* продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену. Кроме того, в реальной ры-

ночной ситуации вносятся постоянные изменения в уровень действующих на рынке цен.

4. *Принцип единства процесса ценообразования и контроля его соблюдения.* Целью контроля является проверка правильности применения установленных законодательством правил ценообразования. Прежде всего это отношение к установлению цен на продукцию организаций-монополистов и продукцию первой необходимости, имеющую большое социальное значение. За нарушение установленных государством принципов ценообразования предусматриваются административные и экономические санкции.

Принципы ценообразования могут быть реализованы только при разработке и применении соответствующих методов (методик). Принципы и методы тесно связаны между собой и образуют методологию.

Методика расчета исходных цен на товары состоит из следующих этапов:

1. Постановка задач ценообразования.
2. Определение спроса.
3. Оценка затрат.
4. Анализ цен и товаров конкурентов.
5. Выбор метода ценообразования.
6. Установление окончательной цены.

Все методы ценообразования могут быть разделены на группы в зависимости от того, на что ориентируется организация-производитель или продавец при выборе того или иного метода:

**1. Ценообразование, ориентированное на собственные затраты (затратный метод):**

$$Ц = C + П_p + Н, \quad (10.1)$$

где  $C$  – затраты на производства и реализацию единицы товара, р.;

$П_p$  – прибыль, получаемая производителями (продавцами) за единицу товара, р.;

$Н$  – уплачиваемые из выручки налоги и отчисления, входящие в цену товара или услуг.

Прибыль определяется исходя из себестоимости и нормативного уровня рентабельности:

$$П_p = R_n * C / 100, \quad (10.2)$$

где  $R_n$  – нормативная рентабельность продукции (услуги), %.

В цену товара включаются также косвенные налоги и платежи (табл. 10.1). Возможны изменения ставок налогов и отчислений.

Таблица 10.1. – Виды налоговых платежей, выплачиваемых из выручки и входящих в цену товара (услуг)

Наименование налогового платежа	Ставка	Облагаемая база
НДС	0%; 10%, 20%	Добавленная стоимость
Экспортные пошлины	5–10 %	Выручка от реализации товаров
Акцизы	В зависимости от вида товара	Выручка от реализации подакцизных товаров

Если ставка акциза установлена в процентах, то акциз включается в цену продукции и рассчитывается по формуле:

$$A = (C + P_p) / (100 - C_a) * C_a, \quad (10.3)$$

где  $A$  – величина акциза, р.;  
 $C_a$  – ставка акциза, %.

Для расчета цены с акцизом ( $OЦ_a$ ) используется формула:

$$OЦ_a = (C + P_p) / (100 - C_a) * 100. \quad (10.4)$$

При формировании отпускной цены НДС исчисляется по формуле

$$НДС = (C + P_p + A) * C_{ндс} / 100, \quad (10.5)$$

где  $C_{ндс}$  – ставка налога на добавленную стоимость, %.

Ставка налога на добавленную стоимость установлена в размере 20 %, а на некоторые продовольственные, сельскохозяйственные и детские товары – 10 %.

**2. Ценообразование, ориентированное на спрос.** При использовании этого метода исходят из качественного и количественного анализа потребительских характеристик товара либо из величины экономического эффекта, получаемого потребителем за время использования товара. Важными элементами выступают полезность (ощущаемая ценность товара) и чувствительность товара к цене. Метод базируется на реакции покупателей на конкретный уровень цены на продукцию. В связи с этим используют специальные приемы воздействия на покупателя и проводят соответствующие исследования модели потребительского поведения и выявления ценностных представлений покупателя.

**2.1. Метод на основе анализа пределов.** Используется организациями, ведущими или начинающими свою хозяйственную деятельность на несовершенном, незрелом рынке. В этом случае организации-продавцы пытаются определить цену в районе точки совпадения предельных доходов и расходов,

т. е. на уровне, обеспечивающем достижение максимально высокой прибыли, найдя соответствующие этой точке объемы продаж и определив цену на данное время. Однако определение цены на основе анализа пределов является уместным в случае, если организация исходит из предпосылки достижения максимальной прибыли. Организация должна быть в состоянии точно подсчитать и постоянные, и переменные затраты, располагать условиями, позволяющими точно спрогнозировать и графически изобразить кривую спроса. Спрос на рынке должен находиться под влиянием изменения только или преимущественно цен, а объем продаж – показывать соответствующий их уровень.

*2.2. Метод определения цены продажи на основе анализа пика убытков и прибылей.* Позволяет найти объем производства и объем продаж, соответствующие такому положению, когда общая сумма прибылей и общая сумма затрат равны между собой. Данный способ применяется в случае, когда целью организации является определение цены, дающей возможность получить максимум прибыли. Он позволяет определить ряд возможных цен в результате их сравнения с прямой суммарных затрат, которая строится из предложений на основе этих нескольких вариантов цен. Находится требуемая цена, позволяющая получать максимальную прибыль.

**3. Нормативно-параметрические методы.** Это методы установления цен на новую продукцию в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра.

*3.1. Метод удельных показателей.* Используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующихся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной степени определяет общий уровень цены изделия.

*3.2. Метод регрессионного анализа.* Применяется для определения зависимости цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду, построения и выравнивания ценностных соотношений. Этот метод позволяет моделировать изменение цен в зависимости от их параметров, строго определять аналитическую форму связи и использовать рассчитанные уравнения регрессии для определения цен изделий, входящих в параметрический ряд. Метод регрессионного анализа является более точным, более совершенным среди других параметрических методов. Увязка цен с качеством достигается с помощью экономико-параметрических приемов и вычислительной техники.

*3.3. Агрегатный метод.* Заключается в суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли, т. е. цена на новую продукцию устанавливается путем суммирования цен на составляющие элементы.

*3.4. Балловый метод.* Основан на оценке в баллах качественных характеристик продукции (услуги):

$$ОЦ_n = ОЦ_б * (\sum Б_n / \sum Б_б), \quad (10.6)$$

где  $ОЦ_n$  – отпускная цена на новую продукцию, р.;

$ОЦ_б$  – отпускная цена на базовую продукцию, р.;

$\sum Б_n, \sum Б_б$  – сумма баллов, набранных новой и базовой продукцией.

Метод незаменим в тех случаях, когда цена зависит от многих параметров качества, в т. ч. от таких, которые не поддаются количественному соизмерению. К последним относятся удобство изделия, эстетичность, дизайн, экологичность, органолептические свойства (запах, вкус, цвет), модность.

**4. Ценообразование, ориентированное на конкуренцию.** Цена на товары и услуги устанавливается через анализ и сравнение силы дифференциации товаров данной организации с организациями-конкурентами на конкретном рынке. Во внимание принимается сложившийся уровень цен. Таким образом, метод состоит в определении цены с учетом конкурентной ситуации и конкурентного положения данной организации на рынке.

*4.1. Метод среднерыночных цен.* Предполагает продажу товаров по рассчитанной на основе конкурентных данных среднерыночной цене.

*4.2. Метод «гонки за лидером».* Установление цены на товар осуществляется на основе цены ведущего (лидирующего) конкурента с учетом конкурентной ситуации на рынке, дифференциации товара и его качества. Метод предполагает отказ от собственной ценовой политики, ориентацию на ведущую цену.

*4.3. Установление цены на основе открытых торгов.* Метод использует вероятностные оценки и предполагает расчет затрат, связанных с выполнением контракта, анализ тактики торгов, определение вероятности того, что цена предложения организации окажется ниже цены, запрашиваемой конкурентами, определение величины цены, которая принесет предприятию максимальную ожидаемую прибыль.

Принципы ценовых отношений в рыночной экономике:

- сочетание свободного ценообразования с государственным регулированием цен;
- формирование равновесных цен под воздействием спроса и предложения;
- обеспечение эквивалентности цен на сельскохозяйственную продукцию и цен на промышленную продукцию для сельского хозяйства;
- использование нормативных методов при расчете цены предложения;
- обеспечение доходности товаропроизводителей на уровне, достаточном для осуществления расширенного воспроизводства;
- повышение эффективности сельского хозяйства и снижение затрат производства;
- дифференциация цены в зависимости от качества продукции и сроков ее реализации;
- стимулирование НТП в сельском хозяйстве;

– оптимизация взаимосвязи ценовых и финансово-кредитных отношений.

### **10.5. Внутренние и внешние факторы, влияющие на уровень и динамику цен**

Являясь количественной категорией, цена формируется под воздействием множества разнонаправленных факторов, которые подразделяются на внутренние и внешние.

*Внутренние факторы*, определяющие уровень цены:

- особые свойства товара, потеря товарами качества или иных потребительских свойств;
- истечение (приближение даты истечения) сроков годности или реализации товаров;
- тип, метод производства;
- организационный и технический уровни производства;
- ориентация на различные рыночные сегменты;
- стадия жизненного цикла, на которой находится товар, длительность цепочки товародвижения от производителя к покупателю;
- реализация опытных моделей, новых образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей;
- организация сервиса и имидж организации на рынке, продвижение товара, реклама и др.

*Внешние факторы*, влияющие на уровень и динамику цен:

- общеполитическое и экономическое положение в стране;
- обеспеченность основными ресурсами;
- уровень доходов и сбережений населения;
- формы государственного регулирования экономики и ценообразования (ограничения, устанавливаемые органами государственной и местной власти в отношении продукции, отличающейся практически нулевой эластичностью спроса: хлеб, чай, сахар и т. п.);
- степень монополизма и уровень развития конкуренции;
- денежно-кредитная, налоговая, внешнеэкономическая политика;
- возможность получения прибыли вследствие существования дифференциальной и абсолютной ренты (дифференциации затрат на производимую сельскохозяйственную продукцию в зависимости от природно-экономических условий хозяйствования и вида затрат).

Эти факторы определяют необходимость государственного регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию. С одной стороны, необходимо защитить население от необоснованного завышения уровня реализационных цен на продукты первой необходимости (хлеб, молоко, мясо), а с другой – поддержать (посредством выделения субвенций и дотаций) сельскохозяйственные организации, которые по природным условиям не могут рентабельно работать в условиях рыночных цен.

## 10.6. Государственное регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие

В мировой практике государственному регулированию подвержено около 15 % цен на товары и услуги. Данный вопрос актуален и для нашей страны. Особое место в проблемах ценообразования, занимают вопросы государственного регулирования цен на продукцию сельского хозяйства и продовольствие.

Формирование цен на продукцию сельского хозяйства в Республике Беларусь регламентируется как нормативными и правовыми актами национального законодательства, так и наднациональными и международными.

В зависимости от отношения к процессу ценообразования государства, все цены делятся на государственные и свободные рыночные. Производители сельскохозяйственной продукции реализует ее промышленным организациям для дальнейшей переработки по ценам, которые устанавливаются государством.

В таблице 10.2 приведены способы и соответствующие им цели государственного регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию, закупаемую для государственных нужд.

Таблица 10.2. – Способы государственного регулирования цен

Способ регулирования	Цель установления
Фиксированная цена	Предупреждение резкого роста инфляции, прежде всего, в отношении продовольственной составляющей, и одновременно является мерой, направленной на обеспечение стабильности продовольственного рынка
Предельная максимальная цена	Сдерживание инфляционных процессов с учетом прогнозируемого индекса потребительских цен и обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственной и продовольственной продукции
Предельная минимальная цена	Для поддержки экономики сельскохозяйственных товаропроизводителей с учетом обеспечения гарантированного уровня их доходности в относительно стабильных условиях экономического развития

В АПК свободное ценообразование в определенной степени ограничено. Большая часть сельскохозяйственной продукции имеет низкую эластичность, что обуславливает необходимость государственного регулирования уровня цен. Регулирование ценообразования – воздействие на процессы установления и применения цен (тарифов) со стороны государственных органов путем принятия законодательных, административных, бюджетно-финансовых и других мер с целью стабилизации и стимулирования развития экономики. Реализуется на основе форм прямого (административного) и косвенного регулирования. Косвенное воздействие на ценообразование осуществляется посредством кредитного, налогового, тарифного регулирования. Это обусловлено необходимостью обеспечения продовольственной безопасности страны.

Для организаций производственно-технического обслуживания и материально-технического обеспечения АПК, перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию и занимающих доминирующее положение на рынке, может применяться регулирование цен в соответствии с требованиями антимонопольного законодательства.

Государственными органами, осуществляющими регулирование и контроль ценообразования в Республике Беларусь в соответствии с законодательством, являются: республиканский орган государственного управления по вопросам экономики, на который возложены функции регулирования и контроля ценообразования; другие республиканские органы государственного управления, на которые возложены функции регулирования и контроля ценообразования; областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы. Перечень товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются Советом Министров Республики Беларусь, государственными органами (организациями), определен в прилож. 1 к Указу Президента Республики Беларусь от 25.02.2011 № 72 (в редакции от 12.08.2025 № 313).

Основными задачами государственного регулирования рыночных отношений в АПК являются поддержание уровня доходов и накоплений в сельском хозяйстве, обеспечение взаимовыгодных условий обмена между сферой АПК и отраслями народного хозяйства. Государственное регулирование предполагает измерение динамики цен, тарифов, расценок на поставляемые сельскому хозяйству средства производства и оказываемые услуги; измерение динамики закупочных цен; определение ценовых соотношений между сельским хозяйством и другими отраслями; разработку и осуществление мер регулирования ценового паритета. Паритет цен призван гарантировать постоянство доходов производителям сельскохозяйственной продукции и одновременно обеспечивать им покупательную способность по отношению к приобретаемым средствам производства и услугам. Для государственного ценового регулирования необходимо использовать паритетные цены. Для характеристики покупательной способности всей сельскохозяйственной продукции применяется паритетное соотношение.

### **10.7. Эквивалентность межотраслевого обмена в АПК и его влияние на финансы. Ценовой паритет (диспаритет)**

*Паритетное соотношение* – это процентное отношение агрегированного показателя (индекса) всех цен на сельскохозяйственную продукцию к агрегированному показателю приобретенных производителями сельскохозяйственной продукции ресурсов и услуг.

Значение менее 100 % свидетельствует о нарушении эквивалентности обмена между сельским хозяйством и промышленностью и о том, что средняя покупательная способность продаваемой производителями продукции меньше, чем в базовом периоде.

Для обеспечения цен рыночного равновесия можно предложить комплекс мер государственного регулирования, состоящий из трех форм:

- рыночной, гарантирующей сбыт продукции по ценам, обеспечивающим нормальное функционирование отраслей сельского хозяйства;
- программной, направленной на поддержку мероприятий, содействующих техническому перевооружению и социальной поддержке села, изменению их специализации в соответствии с требованиями рынка;
- протекционистской (переход от безвозмездного бюджетного финансирования любых мероприятий к избирательному принципу выделения средств хозяйствам и взаимной ответственности государства и производителей сельскохозяйственной продукции).

В дальнейшем развитие сельского хозяйства будет зависеть от ценовой политики, суммы средств, направляемых на поддержание сельскохозяйственного производства из бюджета, эффективности их использования по ценовым и неценовым каналам (независимо от форм организации труда в хозяйствах и форм собственности). В производственной сфере АПК государство должно создать условия для качественного преобразования материально-технической базы, ввести в практику залоговые операции как форму государственной поддержки, обеспечить опережающее развитие отраслей перерабатывающей промышленности, осуществить перевод всего АПК на новые формы собственности (где это возможно) и организационные формы хозяйствования (где экономически целесообразно).

Каждая организация АПК в условиях становления рынка обязана проводить грамотную ценовую политику. Ценовая политика организации представляет собой общие цели, которые должна достичь организация с помощью установки цен на свою продукцию (работы, услуги). Разработка ценовой политики организации производится в несколько этапов:

1. Выбор цели ценообразования.
2. Анализ ценообразующих факторов.
3. Выбор метода ценообразования.
4. Принятие решения об уровне цен.

Общей ошибкой в процессе ценообразования является излишняя ориентация на уровень издержек производства, что не позволяет организации адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям.