

1. ҚР Президентінің 2006 ж. 1 наурызындағы Қазақстан халқына «Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру Стратегиясы» Жолдауы
2. АШМ сайтының материалдары
3. <http://www.nist.gov/baldrige/>
4. <http://www.juse.or.jp/e/deming/>
5. www.jqac.com
6. <http://www.efqm.org/>
7. <http://www.altyn-sapa.kz/>

* * *

В статье рассматриваются проблемы повышения конкурентоспособности аграрного сектора казахстанской экономики на основе повышения качества продукции, как ключевого фактора достижения конкурентных преимуществ.

The problems of Increasing the Competitiveness of the Agrarian Sector of Kazakhstan on the basis of improving the quality of products, as key factor of achievement of competitive advantages are considered in article.

УДК 338.5(574)

ВЛИЯНИЕ ЦЕНОВОГО МЕХАНИЗМА НА РОСТ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И СНИЖЕНИЕ РИСКОВ

THE IMPACT OF THE PRICE MECHANISM FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF AGRICULTURAL PRODUCTION AND REDUCED RISK

Ж.Ж. Сулейменов, доктор экономических наук, профессор

Т.А. Таипов, кандидат экономических наук, доцент

Suleimenov Zh. Zh., doctor of economic sciences, professor

Taipov T. A., candidate of economic sciences, Associate Professor

*Казахский национальный аграрный университет
Kazakh National Agrarian University*

В экономической теории и хозяйственной практике используются различные подходы к раскрытию сущности цены, напрямую связанную с теоретическим осмыслением процессов ценообразования в связи с созданием нового механизма формирования цен, что обусловило необходимость овладения новыми методами и принципами ценообразования.

Цены позволяют соизмерить затраты общественного труда, обеспечить эквивалентность обмена, стимулировать производство, регулировать соотношение спроса и предложения, добиваться равновесия на рынке.

К принципам рыночного ценообразования следует отнести отражение спроса и предложения на рынке; стремление цен к равновесной цене рынка, а также возмещение полных издержек и получение средней нормы прибыли каждым нормально функционирующим предприятием; отражение через цены общественно-необходимых затрат и потребительской стоимости товара; конкретность и адресность цены, при этом каждый отдельный товар имеет свою определенную цену; определение с помощью цен централизованного дохода государства, путем включения в них системы налогов, сборов и отчислений; решение социально-экономических проблем хозяйствующих субъектов и государства в целом.

Цена должна покрывать затраты, поэтому необходимо рассчитывать себестоимость продукции. Как способ расчета с потребителями цена важна с точки зрения восприятия товара, этот ее аспект на рынке является наиболее значительным. В качестве борьбы с конкуренцией она - один из главных способов эффективного функционирования в рыночных условиях.

Теоретическое обоснование регулирования рыночных цен исходит из того, что цены выполняют следующие функции: учетную, стимулирующую, распределительную, измерительную, балансирования спроса и предложения, а также критерия рационального размещения производства (рисунок).

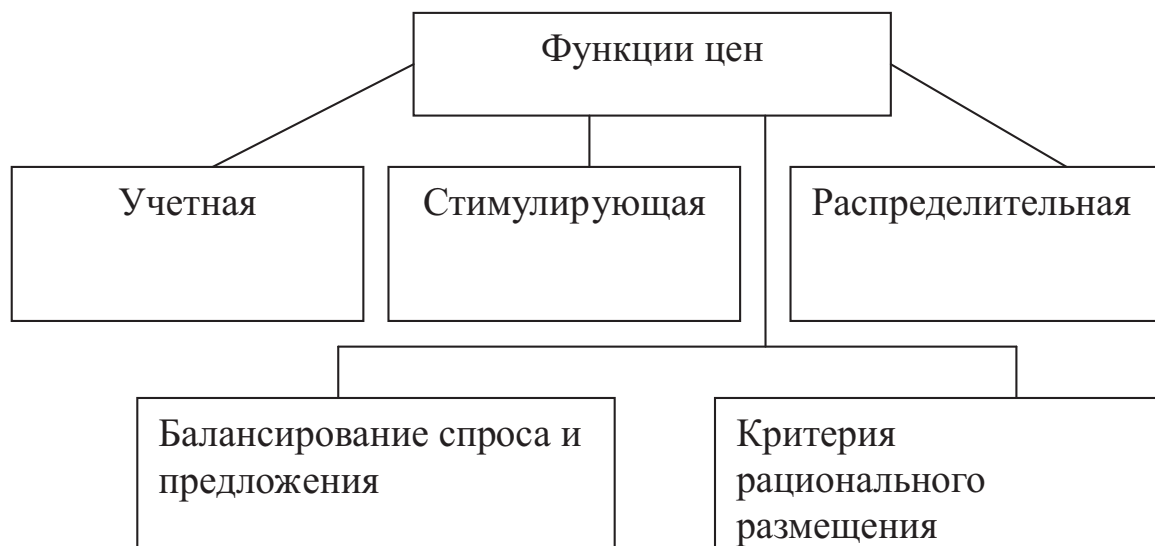


Рисунок – Функции цен в условиях рынка

Все виды цен можно разделить на различные группы:

Оптовые цены покупки и продажи. Оптовой ценой считается цена, по которой предприятие реализует произведенную продукцию, обычно крупными партиями (оптом). К числу оптовых цен относятся закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию. В международной торговле сделки представляют собой оптовые операции, биржевая цена (оптовая цена).

Розничные цены – цены продажи индивидуальному или мелкооптовому потребителю, преимущественно населению. Цены на услуги населению (особый вид розничной цены). В сфере обращения действуют скидки-наценки (оптово-сбытовая, розничная). Разница между ценой реализации товара снабженческо-сбытовой организации и оптовой ценой предприятия – поставщика представляет собой снабженческо-сбытовую надбавку (наценку). В зависимости от государственного регулирования, степени конкуренции на рынке различают следующие виды цен: свободные (рыночные) и регулирующие. Свободные цены (рыночные цены, цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения), регулируемые – устанавливаются государством (выделяются предельные, фиксированные цены).

По способу фиксации различают: твердые подвижные, скользящие, которые устанавливаются в договоре, контракте. С учетом фактора времени различают постоянные, сезонные, ступенчатые цены.

Мировые цены, по которым проводятся крупные экспортные и импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние международной торговли товарами.

При разработке стратегии цен необходимо выполнить следующие мероприятия: оценка затрат на сбыт, определение потенциальных конкурентов, финансовый анализ, определение уровня государственного регулирования и др.

Государство устанавливает реальные цены по тем товарам, где имеются наибольшие отклонения от стоимости; поэтапно определяет перечень товаров, на которые устанавливаются рыночные цены; вводит ценовые ограничения (максимальный уровень цены, рентабельность продуктов, изделий, услуг).

Система ценообразования в республике должна соответствовать ее принципам, однако иметь также и регулируемый характер. Регулирование цен необходимо осуществлять в целях преодоления инфляционных процессов и направлять на обеспечение стабилизации цен, создание системы льгот и преференций для отечественных товаропроизводителей, использование предпринимательства для увеличения выпуска определенных видов товаров и воздействия на уровень цен, оказание поддержки товаропроизводителям – экспортерам конкурентоспособной продукции на мировых рынках, обеспечение финансовой поддержки в виде дотаций субвенций, субсидий, бюджетных и льготных банковских ссуд для поддержания гарантированного уровня цен по отдельным видам товаров и услуг, а также отраслям и производствам, стимулирование экономического роста и содействие инновационным преобразованиям в структуре экономики.

Ценовая политика в аграрном производстве должна формироваться по следующим направлениям:

- анализ и оценка ценообразующих внешних и внутренних факторов;
- применение метода реализации на основе изучения спроса;
- наращивание производства сельскохозяйственной продукции;
- выбор цели (максимизация прибыли и т.д.).

Государство при формировании системы цен в сельском хозяйстве должно решать следующие задачи:

- определять реальное соотношение цен посредством свободного ценообразования на рынке материально-технических ресурсов и сельскохозяйственной продукции;
- обеспечивать равные права и условия для субъектов предпринимательства (защита экономической конкуренции, содействие развитию предпринимательства, свободное продвижение товаров и ресурсов, прозрачность рынков).

Уровни целевых и гарантированных цен на сельскохозяйственную продукцию следует определять на основе мониторинга, анализа, оценки динамики издержек производства, соблюдения технологических процессов (нормативов), а также динамики соотношения рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию и средства производства.

Государственное регулирование цен на продовольственные товары заключается в использовании следующих функций: установление цен и тарифов, определение порядка ценообразования; разработка и внедрение экономических методов поддержки паритета между ценами на продукцию сельского хозяйства, промышленности и других отраслей; принятие мер по совершенствованию структуры цен и др.

Следует отметить, что темп роста потребительских (розничных) цен на продовольственные товары на внутреннем рынке всегда опережает темпы роста закупочных (реализационных) цен у сельских товаропроизводителей. Это объясняется во многом присутствием многочисленных посредников-перекупщиков в цепочке «производитель – потребитель», которые необоснованно повышают оптово-розничные цены на рынке и тем самым снижают конкурентоспособность отечественной продукции по сравнению с импортной. Решение данной проблемы видится в организации налаженной системы закупок у сельчан произведенной продукции и современных крупных оптово-розничных рынков (терминалов) по хранению и торговле продовольствием.

Наблюдаемый в отдельные годы опережающий рост цен на продукцию сельского хозяйства в основном обеспечивается за счет роста цен на зерно, в частности на продовольственную пшеницу, экспортируемую в зарубежные страны.

Установление цены на продукцию, выпускаемую сельхозпредприятием, как правило, связано с определенной степенью риска. С немалой долей риска сопряжено также и определение цен на производственные ресурсы (сырье, материалы, оборудование, топливо, рабочая сила и др.). Допущенная ошибка в установлении уровня цены на производимую продукцию может привести к значительным потерям выручки от реализации, а при эластичности спроса от цены эти они могут существенно увеличиться. Потери в объеме реализованной продукции могут возникнуть и при определении цен на потребляемые предприятием услуги.

Поскольку в условиях динамичности спроса и роста цен на выпускаемую продукцию, сырье, материалы, топливо прогнозировать динамику цен даже на ближайшую перспективу достаточно трудно, то обычная ошибка в цене составляет 5–7%. Исходя из этого следует, что степень установления цен непосредственно связана с рисками.

Предприятию необходимо определить размер риска и путем сравнения степени риска различных альтернативных вариантов остановиться на варианте, который бы в наибольшей мере соответствовал выбранной стратегии риска.

Важное значение для сельхозпредприятия в условиях инфляции имеет оценка инфляционного ожидания, необходимая для:

- * учета изменения цен на рынке при разработке общей стратегии развития предприятия;
- * контроля изменения цен при разработке бизнес-планов;
- * обоснования цен на выпускаемую продукцию и оценки возможного их изменения на производственные ресурсы;
- * учета влияния изменения цен на доход предприятия от продажи его продукции;
- * анализа колебания цен на издержки производства и сбыта, в том числе на средства производства и оплату труда;
- * подведения финансовых итогов деятельности предприятия: прибыли (убытков), ликвидности, платежеспособности;
- * выбора оптимальной структуры производства.

Для оценки инфляционного ожидания в ценовой политике предприятия используются: сводный индекс потребительских цен; индексы цен производителей продукции; тарифов на грузовые перевозки; на материально-технические ресурсы; на сельскохозяйственную продукцию; на услуги для населения.

Оценка инфляционного ожидания проводится по следующим основным этапам:

- * уточнение конкретных показателей динамики цен, подлежащих оценке и прогнозированию;
- * установление периода (краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного) прогнозирования;
- * выявление факторов и условий, оказывающих влияние на темпы инфляции, установление меры их воздействия на них;
- * расчет темпа инфляции;
- * оценка инфляционного ожидания по схемам наиболее благоприятной, оптимальной и менее благоприятной ситуации.

При проведении оценки инфляционного ожидания следует учитывать как объективные закономерности в динамике цен, так и воздействие государственного управления на инфляционные процессы.

Опыт зарубежных стран показывает, что главным условием эффективной антиинфляционной политики выступает только государственное воздействие на два важнейших фактора: платежеспособный спрос; предложение товаров и услуг, издержек производства и сбыта. В результате может быть достигнуто существенное снижение инфляции спроса и издержек.

При повышении или снижении цены для сельхозпредприятия - поставщика возникают многочисленные риски, избежать которые можно путем страхования цен. Данный способ является наиболее важным методом снижения степени риска. Страхование производится методом включения в договоры поставки определенных пунктов:

- возможность повышения или снижения издержек, которая включается в договор купли-продажи в тех случаях, когда на цену большое влияние оказывает ряд внешних и внутренних факторов, обуславливающих рост затрат на производство. Предприятие – изготовитель продукции стремится переложить риск увеличения цены на потребителя;
- колебания рыночной цены, которая имеет несколько разновидностей. В этом случае рост рыночной цены означает ее увеличение, предусмотренное в договоре поставки;
- снижение цены. Это означает, что снижение рыночной цены неизбежно должно привести к ее уменьшению, обозначенному в договоре поставки.

При использовании этих условий осуществляется поставка дополнительного количества товара в случае снижения цены и поставка меньшего количества товара в случае роста цены. Таким образом, осуществляется страхование цен от изменяющейся конъюнктуры рынка.

Свободные рыночные цены на сельскохозяйственную продукцию не всегда покрывают расходы на ее производство и не обеспечивают получение сельхоз товаропроизводителями прибыли, достаточной для ведения расширенного воспроизводства. Ежегодно до 35-50% сельхозпредприятий убыточны или низкорентабельны. В то же время ограничителем роста реализационных цен на сельхозпродукцию является уровень потребительских цен на продовольствие, повышение которого при низких доходах населения не приемлем по причинам социально-экономического характера. Потребительские цены должны быть такими, чтобы все слои населения, имели возможность по своим доходам приобретать на рынке необходимое количество продуктов питания. Именно поэтому во многих развитых странах цены на отдельные социально значимые продукты питания поддерживаются на уровне ниже их себестоимости, а сельхоз товаропроизводителям для полного возмещения затрат и получения прибыли выделяются ценовые компенсации, платежи и субсидии.

На основе обобщения опыта зарубежных стран по ценовому регулированию производства и реализации сельскохозяйственной продукции, которое осуществляется как в интересах производителей, так и потребителей, рекомендуется ввести в практику механизм применения гарантированных закупочных цен, обеспечивающих минимальную рентабельность производства для сельхозтоваропроизводителей, государственные закупочные и товарные интервенции, которые проводятся по ценам, находящимся в диапазоне уровней цен на сельскохозяйственную продукцию, утвержденных Правительством:

- закупочные интервенции - в диапазоне между минимальным уровнем цен, при достижении которого начинается проведение закупочной интервенции, и уровнем цен, при достижении которого она прекращается;
- товарные интервенции - в диапазоне между максимальным уровнем цен, при достижении которого начинается проведение товарной интервенции, и уровнем цен, при достижении которого она прекращается.

Расходы на формирование, размещение, хранение и использование интервенционного фонда сельскохозяйственной продукции, а также организацию интервенций и выплату комиссионного вознаграждения финансируются за счет средств, предусмотренных в республиканском бюджете на соответствующий год. Средства, полученные от проведения товарных интервенций, зачисляются в республиканский бюджет.

Целесообразно перейти на централизованный госзакуп продукции (хлебопродуктов, мясо-молочной продукции, картофеля, овощей, плодов и т.д.), который позволит сэкономить значительные бюджетные средства, будет содействовать обеспечению сельхоз товаропроизводителей постоянным каналом реализации собственной продукции по договорам контрактации с заказчиками и стабилизировать на внутреннем рынке цены на продовольствие.

Для защиты социально уязвимых слоев населения от роста потребительских цен следует широко использовать действующие за рубежом различные поддерживающие механизмы в виде индексации доходов, адресных компенсационных выплат и т.д.

Таким образом, актуальными и своевременными становится разработка мероприятий по совершенствованию системы управления ценовыми рисками на уровне сельскохозяйственных предприятий. В ряду важнейших вопросов, решение которых позволит стимулировать экономический рост, стоит проблема эффективного государственного ценового риск-менеджмента, с учетом отраслевой специфики аграрной сферы.

* * *

Ауыл шаруашылығы аграрлық секторындағы баға белгілеуді жүйелі, бағалардың мемлекеттік басқарылуы есебінің ашық мәні, бағалы тәуекелдердің әдістерін, тиімді мемлекеттік тәуекелдің мәселелі шешімінің нақты жолдары менеджмент, аграрлық сала ерекшеліктерін есепке ала отырып ұсыныс жасалған.

In article the essence of system of pricing in agrarian sector, problems of the government by the prices, methods of the prevention and decrease in price risks in agriculture is opened, concrete ways of a solution of a problem effective state risk - management, taking into account specificity of agrarian sphere are offered.

УДК 338.43.242

РОЛЬ МАРКЕТИНГА И КОНСАЛТИНГОВЫХ СЛУЖБ В РАЗВИТИИ АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ, ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ И СНИЖЕНИИ РИСКОВ

THE ROLE OF MARKETING AND CONSULTING SERVICES IN THE DEVELOPMENT OF AGRARIAN SECTOR, THE PREVENTION AND REDUCTION OF RISKS

Т.А. Таипов, кандидат экономических наук, доцент
T.A. Taipov, candidate of economic sciences, Associate Professor

Казахский национальный аграрный университет
Kazakh National Agrarian University

Рыночная система хозяйствования не может функционировать без использования информационных ресурсов и оказания маркетинговых услуг.

Однако большинство сельхозформирований испытывают острую потребность именно в специалистах, владеющими новыми достижениями научно-технического прогресса.

Анкетирование среди руководителей, специалистов и глав крестьянских (фермерских) хозяйств выявило особую необходимость в создании маркетинговой службы, позволяющей предоставлять необходимые качественные услуги всем субъектам сельскохозяйственного производства: сельскохозяйственным предприятиям, крестьянским (фермерским) и личным подсобным хозяйствам.

Первоначально модель функционирования маркетинговой деятельности была представлена