

- распространение передового опыта, изучение мирового технологического опыта, пропаганда и создание оптимальных условий для внедрения технологических новшеств;

- взаимодействие с другими предприятиями на уровне технологического обмена.

Именно технологическое развитие производства, лежащее в основе инновационной стратегии предприятия, будет тем условием, которое обеспечит его эффективное функционирование в конкурентном окружении.

*Сикорский А.В., канд. сельхоз. наук  
Директор Полесского филиала РНИУП  
«Института земледелия и селекции» НАН Белоруссии*

## **ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ**

Цена – это денежное выражение стоимости товара. Цены на сельскохозяйственную продукцию играют важную роль в экономике каждой страны, потому что в них, как в фокусе, перекрещиваются основные экономические и политические проблемы создания высоко развитого сельского хозяйства. В условиях работы предприятия на полном хозрасчете цена действует в качестве фактора ускорения или замедления развития хозяйства.

Цена должна быть экономически обоснована, т.е. возмещать затраты сельскохозяйственных предприятий на производство продукции, обеспечивать им достаточную прибыль и в то же время служить инструментом передачи государству части чистого дохода. Экономически обоснованная цена (Ц) может быть представлена в следующем виде:

$$Ц=C+У+M^1,$$

где С+У – себестоимость,  $M^1$  – чистый доход, остающийся в распоряжении сельскохозяйственных предприятий.

Нарастающий диспаритет цен между промышленной и сельскохозяйственной продукцией привел к возрастанию размеров недоплаты селу за проданную продукцию, в результате спад сельскохозяйственного производства достиг предельных размеров.

В целях создания необходимых условий для эффективного ведения сельскохозяйственного производства Указом Президента Республики Беларусь от 6 февраля 1995 г. № 5 введены свободные закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию. Такая мера должна привести к установлению рыночных цен. Рыночная цена – это фактическая цена, которая устанавливается в соответствии со спросом и предложением.

Спрос – это платежеспособная потребность, т.е. сумма денег, которую покупатели могут и намерены заплатить за нужные им изделия. Естественно, если цена на товары снижается, выигрывают покупатели, которые на ту же сумму могут больше приобрести, и наоборот, при высоких ценах выигрывают продавцы. Закон спроса выражает следующую функциональную (математическую) зависимость спроса от цены (Ц):

$$Cп = F(Ц).$$

Чем выше цена товара, тем меньше спрос на него со стороны покупателей. Степень изменения спроса в ответ на изменение цен характеризует эластичность спроса. Мерой такого изменения служит коэффициент эластичности спроса, рассчитываемый как отношение роста объема спроса к снижению цен (в процентах). Для разных товаров рассматриваемый коэффициент не одинаков. Он, в частности, может зависеть от степени удовлетворения спроса на те или иные товары, от наличия на рынке взаимозаменяемых товаров и т.д. Если, предположим, цены на мясо и хлеб снизятся вдвое, то спрос на мясо может возрасти даже в большей мере, а на хлеб, скорее всего, – снизиться.

Предложение – это совокупность товаров с определенными ценами, которые готовы продать производители. Разумеется, продавцы выигрывают при росте цен. Закон предложения характеризует следующую функциональную зависимость предложения от цены (Пр – предложение):

$$Cпр = F(Ц).$$

Чем выше цена, тем в большей мере растет предложение товаров со стороны продавцов. И наоборот: чем выше предложение, тем ниже цена. Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение цены характеризует эластичность (гибкость, лишенная резкости) предложения. Его мерой является коэффициент эластичности предложения, рассчитываемый как отношение объема предложения к росту цен (в процентах).

Сопоставив два рассматриваемых нами закона, можно убедиться: спрос и предложение – две противоположные силы, которые вызывают подъем или падение цены. Их взаимосвязь и влияние, оказываемое на положение продавцов и покупателей, очень метко и точно подмечено в пословицах. Вот некоторые из них: «На торгу два дурака: один дешево дает, другой дорого просит», «Дорожиться – товар пролежится, продешевить – барышей не нажить», «Чего мало, то дорого, чего много, то дешево».

В нашей сегодняшней действительности мы оказались в ситуации, которая не предусмотрена законом спроса и предложения: предложение товаров с повышением цен не растет, а падает. Одновременно растет затоваренность, неплатежи между продавцом и покупателем, слишком низка платежеспособность населения, т.е. все то, что называется глубоким кризисом экономики и что требует самых серьезных и нестандартных разработок в теории ценообразования.