

## ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОГО КОЛЕБАНИЯ ЦЕН НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*В статье рассмотрены факторы, оказывающие влияние на сезонное колебание цен на пшеницу, выполнена оценка потенциальных финансовых потерь аграрных предприятий от нестабильности ценообразования на рынке зерна. На основе мониторинга конъюнктуры рынка предложен подход, позволяющий сократить финансовые потери от колебания цен.*

**Ключевые слова:** сезонное колебание цен, рынок зерна, государственная интервенция, стратегия и тактика ценообразования, финансовые потери, рентабельность.

Сезонность ценообразования на зерновую продукцию порождает высокие риски потери доходов сельскохозяйственными товаропроизводителями (СТП) и нестабильность их финансового состояния. С целью обеспечения устойчивого развития аграрных предприятий Правительство РФ Постановлением № 446 от 14 июля 2007 года утвердило Государственную Программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы [1]. К одному из направлений регулирования рынка сельскохозяйственной продукции в Программе отнесено решение задачи сглаживания сезонных колебаний цен, а также создания условий для увеличения экспорта сельскохозяйственной продукции и развития товаропроводящей инфраструктуры на внутреннем рынке. В результате реализации Программы прогнозируемый среднегодовой рост объема производства продукции сельского хозяйства за 5-летний период должен составить около 4 процентов. Вместе с тем в Программе отмечено, что наращиванию темпов роста развития аграрного сектора могут помешать риски от воздействия негативных факторов. В состав факторов, сдерживающих темпы развития аграрных предприятий, включены макроэкономические, природно-климатические и торгово-политические риски. Факторы рисков оказывают прямое влияние на колебание цен на зерновую продукцию.

Неблагоприятные природно-климатические условия производства ведут к снижению урожайности и валового сбора зерновых культур. В результате сокращается объем предложений на продажу продукции. Сокращение предложения должно сопровождаться повышением спроса и ростом цен на продукцию – обязательное условие стабильного финансового со-

стояния СТП. При этом эластичность спроса и предложения возможна только в условиях рынка совершенной конкуренции, на котором присутствует большое число покупателей и продавцов продукции. Рынок же зерновой продукции не является рынком совершенной конкуренции в силу того, что характеризуется огромным числом производителей-продавцов (полиполия продавцов) и монополизацией оптовых покупателей-посредников, т.е. олигопсонией покупателей. При этом посредники-покупатели зерновой продукции проводят корпоративную стратегию ценообразования, а производители действуют разрозненно и не способны существенно повлиять на цену. В результате на рынке зерновой продукции отсутствует эластичность спроса и предложения и не наблюдается устойчивая взаимосвязь объемов предложений и цен. Так, например, в течение сезонов продаж 2001 - 2007 гг. озимой пшеницы хозяйствами АПК Зерноградского района Ростовской области коэффициент парной корреляции между валовым сбором и ценой составил  $r = 0,246$ , что свидетельствует о слабой связи между объемом предложения и ценой.

Макроэкономическое влияние на сезонное изменение цен обусловлено тем, что Россия относится к ведущим экспортерам зерновой продукции на мировой рынок. В период с 2001 по 2008 годы экспорт зерновых и зернобобовых культур увеличился от 7,00 до 12,84 млн. тонн. При этом конъюнктура внутреннего рынка зависит от колебаний цен на международных рынках. Так, например, в сезон продаж 2007 года ежемесячное изменение цен на пшеницу третьего класса в России находилось в сильной зависимости от цен на аналогичную пшеницу в США – коэффициент парной корреляции между среднереализационными ценами в России и США составляет  $r = 0,84$ . Макроэкономическое влияние на сезонное изменение цен состоит в том, что поставщиками зерновой продукции на мировой рынок являются не производители, а посредники-покупатели, которые заинтересованы в занижении внутренних цен по отношению к мировым.

Торгово-политическое влияние на сезонное колебание цен обусловлено усилением монополистического поведения экспортеров зерна, тарифным квотированием и уровнем таможенных пошлин. На долю десяти ведущих экспортеров ООО «Международная Зерновая компания», ООО «Росинтерагросервис», ООО «Каргилл ЮГ», холдинг «Югтранзитсервис», компании «Бунге», «Агромаркет», «Юг Руси», «Дрейфус», «Разгуляй» и «Астон» за период с июля 2007 по февраль 2008 года приходится 66,74 % экспорта зерна. С целью обеспечения конкурентоспособности на международных рынках перечисленные экспортеры проводят единую политику сдерживания приближения цен внутреннего рынка к ценам внешних рынков.

Процесс реализации зерновой продукции в течение года состоит из двух укрупненных временных интервалов – доуборочного и послеубороч-

ного. В доуборочный период СТП реализуют переходящие остатки продукции, произведенной в предшествующем производственном цикле. Поэтому он характеризуется относительно невысоким объемом продаж и не оказывает значительное влияние на финансовое состояние аграрных предприятий. При этом в доуборочный период отсутствует устойчивая закономерность изменения цен (рис. 1).

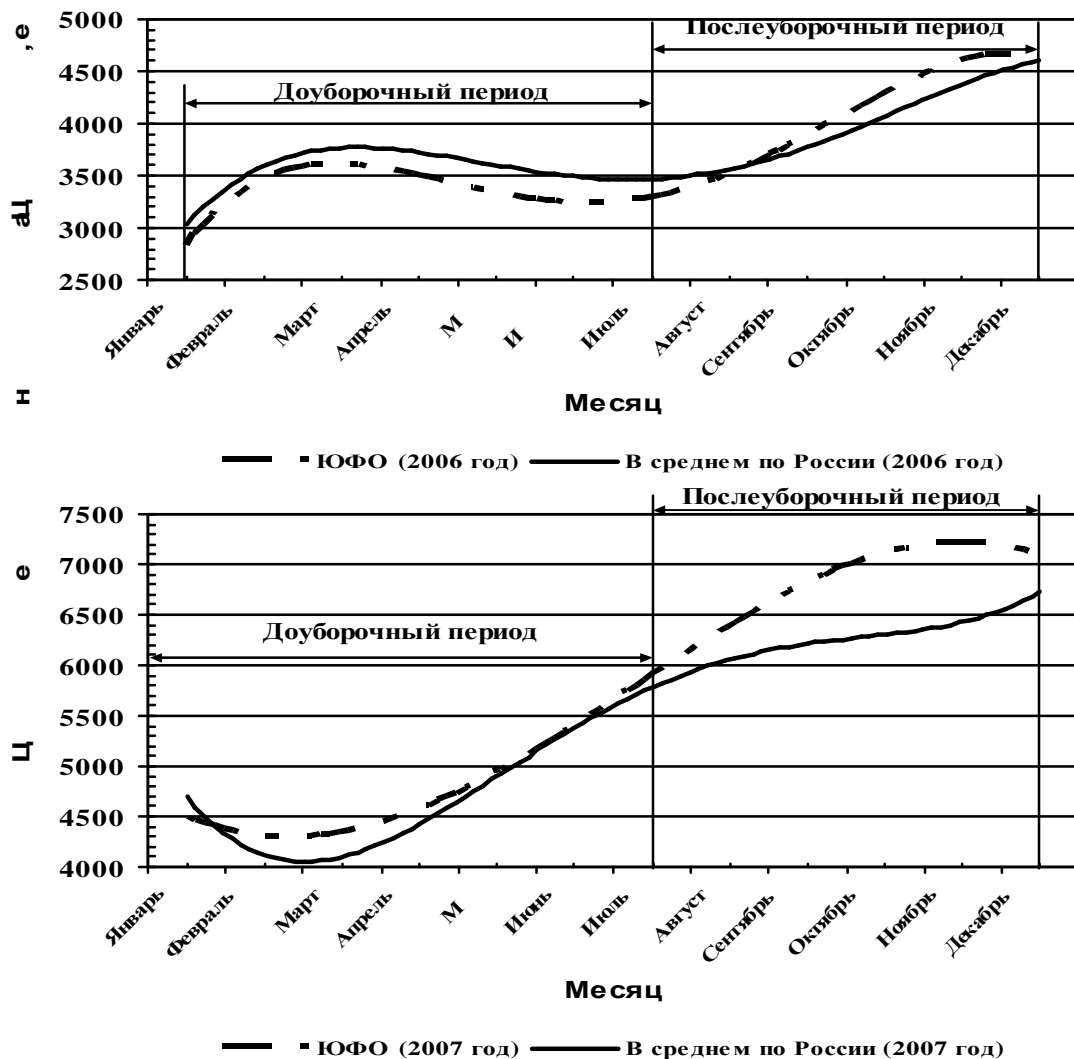


Рис. 1 Сезонное изменение цен на пшеницу третьего класса в 2006 и 2007 гг.

Активизация зернового рынка начинается в послеуборочный период в июле-августе месяце. Основу экономических отношений между производителями и покупателями пшеницы составляют рыночные договорные цены, которые складываются на основе закона спроса и предложения. Производители, защищая свои экономические интересы, формируют рыночную цену предложения, при которой, в сложившихся условиях производ-

ства, будет достигнут плановый уровень рентабельности. При этом в ситуации полиполии продавцов последние не оказывают существенного влияния на ценообразование.

Покупатели же формируют цену спроса, обеспечивающую высокую доходность своего бизнеса. Их цена спроса устанавливается на основе ценового мониторинга зернового рынка. Обоснование своей цены покупатели-оптовики осуществляют путем мониторинга рынка зерна и периодического ее изменения во времени до тех пор, пока не поступят предложения на большие объемы продаж на выгодных для них условиях. Мониторинг зернового рынка определяет стратегию ценообразования, которая является инструментом управления продажами и закупками продукции с целью извлечения выгоды. В зависимости от рыночной ситуации покупатели продукции применяют стратегии высоких, средних и дискриминационных цен.

На рынке зерна до его передачи в переработку присутствуют три контрагента сделок купли-продажи: производители, оптовые покупатели и государство. Перечисленные контрагенты решают диаметрально противоположные задачи в ценообразовании, исходя из различия целей управления.

Большинство аграрных предприятий в послеуборочный период испытывают дефицит средств для финансирования текущей производственной деятельности. Тем более что в этот период начинается подготовка к новому производственному циклу возделывания пшеницы, который необходимо обеспечить материальными оборотными средствами. На начальном этапе торгов возникает ситуация, когда оптовые покупатели в формировании цен спроса успешно применяют стратегию дискриминационных цен. Покупатели занижают цену, а продавцы вынуждены ее принять из-за отсутствия источников финансирования. При этом стартовые заниженные цены, как правило, не обеспечивают плановую окупаемость затрат производителей. В результате производители терпят финансовые потери, а покупатели получают сверхприбыль.

Решая задачу получения справедливой прибыли, производители в условиях заниженных цен сдерживают объем продаж зерновой продукции, вынуждая оптовых покупателей изменять политику ценообразования. Тактику же сокращения объемов продаж могут применять только те аграрные предприятия, которые обладают средствами хранения зерна и дополнительными источниками финансирования, например, в виде краткосрочных кредитов банков.

С целью активизации рынка зерна оптовые покупатели переходят к осуществлению стратегии средних цен спроса. Во взаимоотношениях производителя и покупателя-оптовика средняя – это эластичная (справедливая) цена, при которой оба контрагента сделки купли-продажи достигают

своих экономических интересов, например, в виде плановой рентабельности.

Завершающий этап сезона продаж зерновой продукции характеризуется существенным уменьшением ее запасов у производителей. Сокращение запасов приводит к падению объема предложений на продажи и к обострению конкуренции между оптовыми покупателями на рынке зерна. С целью получения приоритетных позиций в конкурентной борьбе за остатки зерновой продукции покупатели-оптовики вынуждены применять стратегию высоких цен. Используя такую стратегию, покупатели уступают часть своих доходов производителям. Для производителей завершающую стадию сезона продаж продукции можно охарактеризовать как этап формирования льготных (высоких) цен спроса с возможностью получения сверхплановой прибыли.

Послеуборочный сезон продаж зерновой продукции может быть представлен тремя этапами ценообразования: этапом дискриминационных цен; этапом справедливых (эластичных) цен; этапом высоких цен. Очевидно, что чем меньше зерна производители продадут на этапе дискриминационных цен, тем ниже будут финансовые потери от их сезонного колебания.

Один из механизмов повышения финансовой устойчивости СТП в условиях сезонного колебания цен состоит в получении краткосрочных кредитов и займов на пополнение оборотных средств – на приобретение ГСМ, запасных частей, удобрений, средств защиты растений и других материальных ресурсов. Привлечение заемных средств позволяет получить источник для финансирования текущей деятельности в послеуборочный период и применить тактику сдерживания объема предложений зерновой продукции на этапе дискриминационных цен. Однако привлечение дополнительных источников финансирования оправдано только в условиях льготного кредитования, когда платежи по процентам за кредиты и займы не превысят прирост выручки от продаж зерна по справедливым и высоким ценам. Получение же льготных кредитов в коммерческих банках невозможно без государственной поддержки. С целью повышения доступности кредитов в Программе [1] предусмотрена государственная поддержка СТП в виде субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам. Возмещение части затрат предполагается ввести в пределах от одной второй до двух третьих ставки рефинансирования ЦБ РФ. Механизм государственной поддержки повышения доступности кредитов под оборотные средства предполагается запустить только с 1 января 2010 года при условии субсидирования одной третьей ставки рефинансирования из бюджетов субъектов РФ.

Другим механизмом сглаживания влияния сезонного колебания цен на финансовое состояние СТП является заключение опционных контрак-

тов, дающих право поставки определенного количества зерна по фиксированным ценам. С целью регулирования рынка сельскохозяйственной продукции и, прежде всего продовольственной пшеницы, Постановлением Правительства РФ от 3 августа 2001 г. № 580 утверждены правила осуществления государственных закупочных и товарных интервенций. Уровни цен, при которых проводятся государственные закупочные и товарные интервенции, определяются Министерством сельского хозяйства (табл. 1).

Государственные закупочные интервенции осуществляются, если рыночные цены на пшеницу опускаются ниже предельного минимального уровня. Товарные интервенции проводятся путем продаж пшеницы из интервенционного фонда перерабатывающим предприятиям, в случаях ее недостатка на рынке и (или) повышения цен сверх предельного максимально допустимого уровня.

Таблица 1 – Предельные минимальные уровни цен на пшеницу 3 и 4 класса при проведении государственных закупочных интервенций по ЮФО, руб./т

Класс пшеницы	2006 год	2007 год	2008 год
3 класс	3100	3000	5100
4 класс	2450	2700	4900

Для мониторинга цен в статистических исследованиях рынков продукции используют индекс сезонности:

$$I_{t,сез} = \frac{\bar{C}_t}{C_{cp}} \quad (1)$$

где  $\bar{C}_t$  - среднемесячная цена на продукцию;  $C_{cp}$  - средняя цена на продукцию за исследуемый период времени.

В таблице 2 приведены цены и индексы сезонности на пшеницу 3 -5 классов в 2006 году в послеуборочный период по Южному Федеральному округу. Мониторинг цен выполнен с использованием материалов ГУ КК «Кубанский сельскохозяйственный ИКЦ» [2-6]. Этот информационно-консультационный центр публикует наиболее достоверную информацию о ценах на зерновую продукцию, которая хорошо согласуется с реальной ситуацией на рынке зерна в ЮФО.

Таблица 2 – Мониторинг рыночных среднереализационных цен на пшеницу 3 - 5 класса по ЮФО (цены без НДС франко-склад продавца)

Дата	Средневзвешенная цена спроса на	Индекс сезонности	Цена спроса на пшеницу, тыс. руб./ц
------	---------------------------------	-------------------	-------------------------------------

	пшеницу 3-5 класса, тыс. руб./ц		3-го класса	4-го класса	5-го класса
Август 2006 года	0,336	0,88	0,355	0,334	0,313
Сентябрь 2006 года	0,356	0,94	0,376	0,354	0,332
Октябрь 2006 года	0,379	1,00	0,400	0,377	0,354
Ноябрь 2006 года	0,411	1,08	0,434	0,409	0,383
Декабрь 2006 года	0,420	1,10	0,443	0,417	0,392
В среднем за август - декабрь	0,380	-	0,401	0,378	0,355

В 2006г. Министерством сельского хозяйства был установлен предельный минимальный уровень цен закупочной интервенции на пшеницу 3 класса 3100 руб. за тонну. В августе рыночная цена спроса на пшеницу 3 класса превысила интервенционную цену на 14,5, а в октябре на 22,3 %. При этом за сезон продаж с августа по декабрь цена выросла с 3550 до 4430 руб./т или на 24,8 %. Таким образом, закупочные и товарные интервенции не выполнили функцию регулирования рынка зерна и сглаживания сезонного колебания цен. Из-за значительного превышения рыночных цен над интервенционными СТП невыгодно заключать опционные контракты. Кроме того, приказ Минсельхоза РФ об определении уровня цен был издан с опозданием 28 августа 2006 года, когда производителю были уже известны рыночные цены на зерновую продукцию.

С целью количественной оценки потенциальных финансовых потерь производителей от сезонного колебания цен рассмотрены результаты продаж продовольственной мягкой пшеницы в послеуборочный период августа – декабря месяцев 2006 года на примере АПК Зерноградского района и пяти входящих в него СТП. Основные показатели производственной деятельности АПК и хозяйств приведены в таблице 3.

Рассмотренные аграрные предприятия обладают высокой неоднородностью по объемам производства, продуктивности, затратам на возделывание пшеницы, качеству продукции и финансовым результатам от ее продаж. Очевидно, что они несут различные финансовые потери от сезонного колебания цен на пшеницу. В таблице 4 рассчитаны потенциальные финансовые потери от нестабильности ценообразования в сезон продаж августа – декабря месяцев 2006 года. В расчетах приняты допущения:

- вся произведенная зерновая продукция будет продана в один из послеуборочных месяцев по средневзвешенной рыночной цене на пшеницу 3-5 классов;

- в расчете рентабельности использована себестоимость производства продукции текущего 2006 года.

Таблица 3 – Показатели производства и продаж пшеницы в АПК  
Зерноградского района

Показатели	А с	О н	ЗАО "СКВО"	О р	С в	О т
Площадь возделывания озимых зерновых культур, га	49377	4515	6300	2515	3380	4639
Удельные затраты на возделывание, тыс. руб./га	8,410	13,541	8,675	9,217	6,121	9,304
Среднереализационная цена фактическая, тыс. руб./ц	0,325	0,337	0,374	0,432	0,276	0,361
Урожайность фактическая, ц/га	37,5	37,9	47,6	39,2	36,2	50,8
Фактическая продуктивность гектара, тыс. руб./га	12,188	12,772	17,802	16,934	9,991	18,339
Валовой сбор, ц	1851638	171119	299880	98588	122356	235661
Рентабельность, %	42,7	-3,8	81,5	57,9	35,0	70,5

Финансовые потери предприятий от сезонного колебания цен рассчитаны по формуле:

$$\Phi П = ПР(Ц^{месяц}) - ПР(Ц^{факт}), \quad (2)$$

где  $ПР(Ц^{месяц})$  - прибыль от продаж пшеницы по ценам спроса текущего месяца, тыс. руб.;  $ПР(Ц^{факт})$  – прибыль от продаж пшеницы по фактическим среднереализационным ценам 2006 года.

Если  $ПР(Ц^{факт}) \geq ПР(Ц^{месяц})$ , то  $\Phi П \leq 0$  и предприятие не несет финансовых потерь от колебания цен на пшеницу. Если в течение сезона продаж отсутствует цена предложения, позволяющая получить прибыль в сложившихся условиях производства, то в соответствующей строке таблицы 4 поставлен знак «Х».

Фактическая среднереализационная цена на пшеницу в 2006г. в среднем по АПК района составила 0,325 тыс. руб./ц. По существу хозяйства района продали всю пшеницу по дискриминационной цене, которая ниже средневзвешенной рыночной цены спроса августа месяца – 0,336 тыс. руб./ц. Низкий уровень цен свидетельствует об отсутствии обоснованного управления продажами пшеницы, что привело к значительным финансовым потерям. При условии реализации пшеницы по ценам августа район мог получить дополнительную прибыль в размере 20 млн. 368 тыс. руб., по ценам сентября дополнительная прибыль составила бы 57 млн. 407 тыс.



руб., по ценам октября – 99 млн. 988 тыс. руб., по ценам ноября – 159 млн. 241 тыс. руб., а по ценам декабря - 175 млн. 906 тыс. руб. Минимальная же цена государственной закупочной интервенции не отражает реальную ситуацию на рынке зерна. Она существенно ниже цен предложения. В связи с этим аграрным предприятиям района невыгодно заключать опционные контракты.

Таблица 4 – Потенциальные финансовые потери аграрных предприятий Зерноградского района в сезон продаж озимой пшеницы августа-декабря месяцев 2006 года

Показатели	Ц-к Ас	Ар-н О	ЗАО "СКВО"	Не-и Ор	Л-о-в С	О-е-и От
Финансовые потери (тыс. руб.) при цене:						
августа месяца	20368	X	-11395	-9464	7341	-5892
сентября месяца	57407	X	-5395	-7493	9788	-1178
октября месяца	99988	X	1499	-5225	12603	4242
ноября месяца	159241	X	11096	-2070	16518	11783
декабря месяца	175906	X	13794	-1181	17619	13904
закупочной интервенции	-87027	X	-28788	-15183	245	-19560

Как уже отмечалось, большинство аграрных предприятий в послеуборочный период испытывают дефицит средств для финансирования текущей производственной деятельности и вынуждены продавать пшеницу по заниженным ценам. При этом для сокращения финансовых потерь от сезонного колебания цен СТП целесообразно использовать единую тактику сдерживания объемов предложений на продажи пшеницы, вынуждая оптовых покупателей поднимать цены. В такой ситуации необходимо обосновать максимальный объем продаж пшеницы по дискриминационным ценам, который позволит покрыть затраты незавершенного производства:

$$ОП = \frac{ЗНП}{Ц_{спрос}^{дискриминация}}, \quad (3)$$

где  $ЗНП$  - затраты в незавершенном производстве, тыс. руб.;  $Ц_{спрос}^{дискриминация}$  - цена спроса на этапе дискриминационного ценообразования, тыс. руб./ц.

Например, затраты в незавершенном производстве по АПК Зерноградского района в 2006г. составили 304402 тыс. руб. Средневзвешенная цена спроса на пшеницу по ЮФО в августе составила 0,336 тыс. руб./ц.

Максимальный объем предложения при условии покрытия затрат незавершенного производства составит:

$$ОП = \frac{ЗНП}{Ц_{спрос}^{дискриминация}} = \frac{304402}{0,336} = 905958 \text{ ц}$$

В 2006г. в районе собрано 1851638ц озимой пшеницы. Тогда 945680ц пшеницы могли быть зарезервированы в ожидании благоприятной конъюнктуры рынка зерна.

С учетом того, что аграрные предприятия обладают высокой неоднородностью по объемам возделывания пшеницы, ее урожайности, затратам на возделывание, качеству зерна и рентабельности, тактика сдерживания объемов предложений на рынке зерна может быть реализована только в условиях корпоративной ценовой политики производителей. Для обоснования справедливой цены предложения в неоднородных условиях производства и продаж зерна может быть использован метод критической точки. Особенности применения метода в приложении к производству продукции растениеводства изложены в работе [7]. Цена предложения на зерновую продукцию на основе метода критической точки для заданного уровня рентабельности определяется формулой:

$$Ц_{предложения} = \frac{(P_n + 1) \times (Z_{пост.} + \Delta Z_{пер.} \times П_n)}{У \times П_n} \times I_{кл.}, \quad (4)$$

где  $P_n$  - коэффициент плановой рентабельности производства:  $P_n = 0; 0,1; 0,2 \dots$ ;  $Z_{пост.}$  - суммарные условно-постоянные затраты, тыс. руб.;  $\Delta Z_{пер.}$  - удельные условно-переменные затраты, тыс. руб./га;  $У$  - урожайность культуры, ц/га;  $П_n$  - площадь возделывания культуры, га;  $I_{кл.}$  - индекс корректировки среднереализационной цены на пшеницу с учетом ее классности.

Уравнение индекса корректировки среднереализационной цены на пшеницу получено в результате статистических исследований рынка зерна:

$$I_{кл.} = 1,239 - 0,0612 \times КЛ, \quad (5)$$

где  $КЛ = 3, 4, 5$  - класс пшеницы.

При  $P_n = 0$  на основе уравнения (4) можно определить критическую цену на пшеницу. Критическая – это цена, при которой вся выручка от продаж пшеницы пойдет на покрытие издержек. Для  $P_n \neq 0$  можно обосновать справедливую цену предложения. Справедливая – это цена, при которой в релевантных условиях производства будет достигнута плановая рентабельность.

Так, например, за период 2001-2006гг. средняя рентабельность производства озимой пшеницы по АПК Зерноградского района составила 54 %. Исходя из условий производства пшеницы, приведенных в таблице 3, критическая цена равна 2240 руб./т, а справедливая цена для среднего уровня рентабельности – 3500 руб./т.

В результате выполненных исследований установлено, что рынок зерна характеризуется полиполией продавцов и олигопсонией покупателей-оптовиков. Послеуборочный сезон продаж зерновой продукции состоит из трех этапов ценообразования: этапа дискриминационных цен; этапа справедливых (эластичных) цен; этапа высоких цен. Покупатели-оптовики в начальный период сезона продаж проводят стратегию дискриминационного ценообразования, чем наносят значительные финансовые потери аграрным товаропроизводителям. Противостоять несправедливому ценообразованию производители могут только путем применения корпоративной тактики сдерживания объемов предложений на рынке зерна и путем обоснования справедливой цены предложения на зерновую продукцию. Указанная тактика может быть реализована только при условии покрытия текущих затрат в незавершенном производстве по урожай будущего года. Очевидно, что ее практическая реализация может быть осуществлена при условии создания районных, областных и краевых сбытовых кооперативов или иных объединений производителей зерновой и другой сельскохозяйственной продукции.

#### Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 14.07.2007 N 446 «О государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы» // Собрание законодательства РФ, 30.07.2007, № 31.
2. О ситуации на рынке зерновых // Агропромышленная газета юга России, 11-24 сентября 2006 года. С.4.
3. Какова цена на зерно нового урожая? // Агропромышленная газета юга России, 21 августа-10 сентября 2006 года. С.2.
4. Цены и рынок. // Агропромышленная газета юга России, 9- 29 октября 2006 года. С. 23.
5. Какова ситуация на рынке зерновых? // Агропромышленная газета юга России, 13-26 ноября 2006 года. С. 17.
6. Ситуация на рынке зерновых // Агропромышленная газета юга России, 9-21 января 2007 года. С. 2.

7. Дорощук О.Н. Методические и прикладные аспекты оценки риска потери дохода в производстве продукции растениеводства /О.Н. Дорощук, А.И. Дорощук // Экономический вестник Ростовского государственного университета. Ростов – на Дону, 2007, том 5 №3, часть 2. С. 112-118.

*Сведения об авторах:*

Дорощук Ольга Николаевна, старший преподаватель кафедры экономики и управления ФГОУ ВПО Азово-Черноморская Государственная Агроинженерная Академия.

Дорощук Александр Иванович, кандидат технических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита ФГОУ ВПО Азово-Черноморская Государственная Агроинженерная Академия.

Тел. (86359) 39-8-28