

## Пазари и ценообразуване на земеделските продукти

Любомир Любенов

**Markets and Pricing of Agricultural Products:** *The main goal of the paper is to reveal the characteristics of markets and pricing of agricultural products. Discussed are some specifics of the markets of agricultural products and the high risk and price instability which are typical for them. Outlined are the main sources of the information infrastructure used in pricing by farmers. Examined are the main limitations of pricing in the agrarian sector and the existence of irrational price ratios. Analyzed are the differences in pricing of farming raw materials and unique agricultural products with high added value. Summaries and conclusions are made.*

**Keywords:** *agrarian markets, price instability, pricing, agricultural products.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Търсенето на земеделски продукти е нееластично спрямо цената (Закон на Кинг) и това води до аграрният парадокс, че земеделските производители печелят повече в години на лоша отколкото в години на добра реколтата. Това може да бъде обяснено с факта, че поради нееластичното и устойчивото търсене на земеделски продукти, при намаляване на предлагането цената и общите приходи се променят в една и съща посока (ако търсенето беше еластично, цената и общите приходи щяха да се променят в противоположна посока). Увеличаването на цената в този случай води до увеличаване на приходите на земеделските производители, а намаляването ѝ (в резултат на увеличаване на предлагането) облагодетелства обществото – потребителите.

По принцип, търсенето на земеделски и хранителни продукти е нееластично и спрямо дохода. По отношение на начина, по който реагират на увеличаване на дохода, продуктите се разделят на три групи: малоченни, нормални и луксозни продукти (Закон на Енгел). Колкото са по-високи доходите на потребителите, толкова по-малка част процентно от тях, се отделя за земеделски продукти, храни и напитки. С увеличаване на доходите относителния им дял намалява, но абсолютния се увеличава. Ниската доходна еластичност на търсенето на земеделски и хранителни стоки ги определя като пазари със стабилни размери, независимо дали доходите се увеличават в период на икономически подем, или намаляват в период на икономическа криза. Това безспорно прави земеделието и хранителната промишленост привлекателни сектори за вложения в периоди на кризи, когато високо еластичните спрямо дохода сектори на икономиката реагират почувствително и се свиват.

Предлагането на земеделски продукти също е нееластично, дори в краткосрочен план е абсолютно нееластично спрямо цената. Една от особеностите на предлагането на земеделските продукти е, че то реагира по-еластично при повишаване на пазарните цени и по нееластично при понижаването им. Предлагането на земеделски продукти е силно деформирано, поради спецификата на земеделското производство<sup>10</sup>. Анализиранияте особености на търсенето и предлагането на земеделски продукти показват, че те са изключително “деформирани”, което води и до деформации при формирането на пазарните им цени. Високата нееластичност на търсенето и предлагането на земеделски продукти предизвиква при сравнително малки промени в търсенето и предлагането големи изменения в цените. Поради високата нееластичност и деформации на ценовия механизъм, той не функционира добре на земеделските пазари.

<sup>10</sup> Любенов Л., А. Нанева. Икономика на земеделието, Русе, 2006.

Предлагането на земеделски продукти реагира по-еластично на увеличаването на цените и по-нееластично на намаляването им. Предлагането в краткосрочен план е нееластично, но в дългосрочен план става по-еластично. Търсенето на земеделски продукти по принцип е устойчиво и нееластично. Тези характеристики на търсенето и предлагането на земеделски продукти, особено в случаите когато търсенето е по-нееластично от предлагането водят до ситуация, в която *не може да настъпи самоуравновесяване на системата на цените и това налага държавна намеса*. Има обаче и много случаи, в които в резултат на ненавременна и неудачна държавна намеса неравновесното положение на системата на цените на агропазарите се влошава още повече.

Непрекъснатите вариациите на цените на земеделски продукти причинени от биологични ресурси, климатични фактори и др., водят до цикличност в увеличаването и намаляването на равнището на техните цени. Тази цикличност на цените на земеделските продукти, съчетана с нееластичното им търсене и предлагане води до циклично навлизане на земеделските производители в различни производства. Цикличната промяна в равнището на цените, обаче, не извършва икономически полезната функция на преразпределение на ресурсите, а напротив постоянните опити на земеделските производители да се адаптират към тези *периодично променящи се ценови сигнали водят до загуба на ресурси*. Посочените особености на търсенето, предлагането и цените на земеделските продукти са една от основните причини за държавното им регулиране.

Основната цел на доклада е да разкрие характерните особености на пазарите и ценообразуването на земеделски продукти.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

По линия на общата аграрна политика (ОАП) на ЕС Европейската комисия предлага интервенционни, прагови и индикативни цени за определени земеделски продукти, а Европейският съвет ги утвърждава:

- *Интервенционни цени* – специално създадени органи в държавите членки са длъжни да изкупуват по тези цени продукцията на земеделските производители без ограничения в количеството. У нас такива функции изпълнява Държавен фонд Земеделие. В зависимост от конкретната ситуация земеделската продукция може да се препродаде в общността или трети страни, да се реализира в рамките на хуманитарни акции, да се складира, преработи или унищожи. Интервенционната цена е по-висока от световната, за да се гарантира доходна сигурност на земеделските предприятия в ЕС. Държавните интервенционни механизми изкупуват най-често следните продукти: пшеница, мляко, захар, говеждо и овче месо. Организациите на производителите за някои видове плодове и зеленчуци изпълняват аналогична роля;

- *Прагови (минимални импортни) цени* – по тези цени земеделските продукти, произхождащи от трети страни, могат да бъдат внасяни на територията на ЕС. Тези цени са по-високи от международните и интервенционните цени. Разликата между праговата и по-ниската световна цена се допълва с променливо мито, което се определя от Европейската комисия (световна цена + променливо мито = прагова цена). При износ от общността тази система на цените защитава както износителя, така и потребителя. На износителя на земеделски продукти се заплащат експортни субсидии (световна цена + експортни субсидии = интервенционна цена).

- *Индикативни (целеви, ориентировъчни) цени* – това са цените, които общите правила за организация на пазарите се стремят да гарантират на земеделските производители за определени продукти. Те са по-високи от предходните две цени. Определят се като цена, която земеделският производител очаква да получи при реализация на продукцията си в рамките на общността. Когато

това стане, системата е в равновесие, но когато поради свръхпроизводство реалната цена падне под индикативната, продукцията се изтегля от пазара и се продава по интервенционна цена. Индикативната цена позволява на земеделските производители, които разполагат с информация за евентуалните си доходи, да решат какви количества и какво да произведат.

У нас държавата влияе пряко върху цените на: електроенергията; топлоенергията; природния газ; ВиК услугите; земеделските земи; услугите в сферата на електронните съобщения; лекарствените продукти; таксиметровите услуги. Използването на преки методи и форми за регулиране на цените е насочено към забавяне, овладяване на инфлацията, осигуряване на социално слабите слоеве от населението и съхраняване на околната среда чрез регулиране цените на ограничен кръг от стоки, които имат чувствително тегло в потребителската кошница, в която попадат и земеделските продукти.

Мащабите на косвеното регулиране на цените на продуктите от местно производство и от внос и предназначения за износ е много по-обхватно и разнообразно от преките методи и форми за регулиране на цените. Държавата регулира косвено цените чрез икономически механизми и регулатори: данъци, такси, мита, субсидии за земеделските производители и др. Например, всички от разгледаните по-горе регулирани цени влияят косвено чрез системата на цените върху цените на много други земеделски и неземеделски продукти.

Протичащите процеси на глобализация в световен мащаб водят към либерализация на световната търговия със земеделски продукти, но въпреки това този продължителен процес се очертава като сложен и труден, поради противодействие в резултат на протекционистичния характер на националните аграрни политики, каквато е и общата аграрна политика на ЕС (ОАП на ЕС), към която е приобщена и България. В световен мащаб се забелязва траен и значителен ръст на търсенето на земеделски суровини, което се дължи както на увеличаващото се население и консумация на храни, така и на нарастващото потребление на земеделски суровини за индустриални цели – масла, биогорива и др.

Очертава се тенденция към нарастване цените на земеделски продукти с индустриално приложение. Това поставя въпроса какво да се произвежда преимуществено – храни, биогорива или др.? Въпреки, че цените на земеделските продукти нарастват с по-бавни темпове спрямо ръста на цените в секторите индустрия и услуги това създава сериозен инфлационен натиск, т.н. *агфлация*, подсилвана допълнително и от влиянието на бариерите пред международната търговия със земеделски продукти, налагани от протекционистични аграрни и други политики. Свободната търговия със земеделски продукти, като едно от решенията за намаляване на агфлацията се ограничава значително от протекционистичните аграрни политики обосновани от: наличие на несъвършена информация и нестабилни агропазари; по-голям риск и несигурност в агросектора; съображения за продоволствена и доходна сигурност; опазване на околната среда и др. Несъмнено има две противодействащи една на друга тенденции в международната търговия със земеделски продукти – *либерализация и протекционизъм*.

Пазарите на земеделска продукция, оказват много силно влияние върху пазарите на: земеделска земя; труд; финанси; средства за производство и др. Те са предпоставка за по-добро развитие на много други пазари. За съжаление пазарите на земеделски продукти в България са едни от най-слабо развитите. Характеризират се с голям относителен дял на сивата икономика и наличие на силови групировки, които диктуват условията на размяна, на някои от тези пазари – зърнения и др. Друго слабо звено на нашите агропазари е складовата база, тъй като функционирането им предполага добре развита складова база, където земеделските

продукти да съхранят и запазят качеството, понеже се произвеждат един път в годината, а се продават цялогодишно.

Организираните пазари (стокови борси, аукциони, тържища, пазари на производителите и търгове), които предполагат спазването на строго определени, типизирани правила и осигуряват в световен мащаб едни от най-добрите условия за реализация на земеделската продукция, у нас са слабо използвани и зле развити. Основен играч на тези пазари на земеделски продукти е държавата, а земеделските производители отсъстват. Липсват аукциони за земеделски продукти – една от най-развитите класически форми за търговия на земеделска продукция в Европа, САЩ и много други страни, основаваща се на публичност и ценова конкуренция. *Тези черти на националните агропазари са един от задържащите фактори за развитието на нашето земеделие.*

Пазарът на зърно, като един от най-големите пазари на земеделски продукти в България е доходоносен, но за сметка на това поделен между няколко чужди и местни гиганта. Оцеляването на по-малките играчи е трудно. Макар да има много участници, пазарът на зърно от години се доминира от няколко големи играча, които са българските дружества на американската Cargill и швейцарската Glencore, както и местните „Севан“ и „Зърнени храни България“ – собственост на Химимпорт до март 2012 г., след което стават собственост на Фарин ЕАД<sup>11</sup>. Печалбите от търговията със зърно не са много големи, но десетте най-големи компании в сектора превъртат обороти от порядъка на над 1 млрд. лв. годишно. Пазарът на зърно се влияе от запасите и капацитета на зърно базите за съхранение. Пример: най-голямата зърно база в Добруджа е с капацитет 50 хил. тона, а инвестициите за нея са били около 4 млн. евро.

Общото производство на пшеница в България се колебае около 4 млн. тона, а на ечемик около 0,7-0,8 млн. тона. Средният добив у нас е около 350 – 400 кг./дка, но размерите на добивите влияят слабо на цената на пшеницата. Цените на българското зърно зависят от реколтата в Русия и Украйна, които са основните играчи в *черноморския регион*, в който попада и България. Въпреки, че цената на пшеницата през настоящата 2012 година достигна 450 лв./тон, тя се характеризира с голяма нестабилност и колебания във времето и пространството. Зърнените култури заемат сериозно място в българския експорт, като най-висок е делът на пшеницата, ечемика и царевичата. Българското зърно има осигурени пазари за износ, а завишеното търсене на фуражна пшеница в световен мащаб е още една гаранция за експортния потенциал.

Според данни за търговията с бързо оборотни продукти<sup>12</sup> през 2008 г. търговията на дребно е достигала 12 млрд. лв. Оттогава пазарът се свива и през 2012 г. е малко над 10 млрд. лв., но половината търговия вече минава през веригите, т.н. модерна търговия, която ще расте за сметка на традиционната търговия на дребно. В топ три през 2011 г. са Metro, Kaufland, Billa. Силните пазарни позиции на веригите им позволяват да бъдат доминиращи в отношенията с техните доставчици – земеделски предприятия и др. Веригите налагат спазването на определени условия – стандарти за качество, ценови отстъпки, търговски такси за реклама, промоции и др., чрез които реално формират крайните цени на земеделските продукти.

Разгледаните особености на агропазарите показват, че основните източници на информационно осигуряване за целите на ценообразуването на земеделските предприятия са предимно външни, защото формираните разходи влияят незначително върху цената на земеделските продукти. Основно внимание

<sup>11</sup> <http://www.zhb-farin.bg>

<sup>12</sup> [www.icap.bg](http://www.icap.bg), Консултантска компания ICAP Bulgaria.

земеделските предприятия трябва да отделят на ценовата информация свързана с държавното регулиране и пазарната структура, която в международен план е близка до съвършената конкуренция, но в национален често е по-близка до несъвършената конкуренция. Например след образуване производства по решение на Комисията за защита на конкуренцията, за установяване на евентуални извършени нарушения по Закона за защита на конкуренцията за повсеместно и рязко увеличение на цените на някои хранителни продукти и след обжалване в законоустановения срок през 2010 година Върховният административен съд потвърди наличието на картели в отраслите: мляко, олио, хляб, яйца и пилешко месо.

Източници на ценова информация в агросектора са държавните институции, браншовите организации, специализирани фирми. Типичен пример в това отношение за България е Министерството на земеделието и храните, което събира, анализира и разпространява ценова информация за националните пазари и за Европейската комисия. Източници на такава информация са Държавната комисия за стоковите борси и тържища (ДКСБТ), системата за агропазарна информация САПИ ЕООД и др. Земеделските предприятия у нас страдат от липсата на изградени собствени информационни системи за цените. Те слабо прилагат и използват ценови проучвания и ценови сравнения. Отдалечеността от пазарите, липсата на специалисти и финансова обезпеченост на земеделските предприятия в България затрудняват провеждането на специализирани ценови проучвания за еластичността на търсенето и предлагането, подходящи ценови сравнения в хоризонтален и вертикален план и др.

Установилите се ценовите съотношения в нашия агросектор през последните няколко десетки години са нерационални, в резултат на което земеделските предприятия не могат да се развиват устойчиво и успешно. Например през 2000 г. правителството и 7 браншови организации подписват меморандум за изграждане на свободен пазар на зърно и хляб, който предлага ценови съотношения 1:2:4 по веригата „зърно-брашно-хляб“. В края на месец декември 2010 г. съотношението зърно-брашно-хляб е било 1:1,8:3,5 за страната. Въпреки високите средни изкупни цени за страната на хлебната пшеница от над 450 лв./тон в настоящата 2012 г., винаги има стремеж от страна на държавата цената на хляба да се поддържа изкуствено на по-ниско ниво и реалното съотношението е различно от планираното по-горе.

Ценовото съотношение концентриран фураж краве мляко е друг показателен пример, защото трябва да е 1:2, а в последните няколко десетки години е в ущърб на млякото и често е 1:1. Тази нерационалност в ценовите съотношение между необходимите консумативи, суровини, средства за производство на земеделски продукти и пазарните цени на агросуровините показва, че земеделските производители се намират в по-голяма ценова "ножица" и по-неравностойно положение спрямо предприятията от секторите индустрия и услуги. Ценовите съотношения са важни за оценяването и покриването на производствените разходи и когато са нерационални имат разрушително действие върху цели земеделски отрасли и свързаните с тях производства – млечно говедовъдство, производство на сирене, кашкавал и др.

Основните ограничители при ценообразуването на земеделските продукти произлизат от: агропазарите, земеделските продукти, дистрибуцията, формите на комуникация, ОАП на ЕС, ресурсите на земеделските предприятия – човешки, финансови, информационни и др. На ниво земеделско предприятие не могат да се постигнат мащабите и степента на влияние и контрол върху *количеството и качеството* на продукцията характерни за секторите индустрия и услуги. На отраслово ниво земеделските предприятия имат възможност да влияят в известна степен върху ОАП на ЕС и пазарите на земеделски продукти – могат да формират

собствени пазари на земеделски производители, аукциони и др. Имат много по-добри възможности за регулиране на количеството и качеството и по добър достъп до човешки, финансови и информационни ресурси.

Съвместният маркетинг и интегрирането на земеделските предприятия с останалите сектори намалява ценовия риск. Те предоставят възможности за по-добро регулиране на количеството и качеството на земеделските продукти. Създават благоприятни предпоставки за създаване на уникални, иновативни и съобразени с пазарните предпочитания земеделски продукти. Производството на уникални, иновативни и с висока добавена стойност земеделски продукти<sup>13</sup> позволява да се ценообразува на основата на търсенето, разходите и желаната печалба. Може да се използва голямото богатство на различните методи на ценообразуване отчитайки техните предимства, недостатъци и възможности за приложение. *В тези случаи възможностите за контрол и регулиране на цените от страна на земеделските предприятия са по-добри.*

При формиране на цените на земеделските суровини са подходящи методи на ценообразуване, основани на конкуренцията, като на методите, основаващи се на търсенето и разходите, се отделя значително внимание, защото търсенето на земеделски суровини е нееластично и устойчиво, а разходите влияят само върху финансовите резултати на земеделските производители. Според конкретната ситуация и преследваните цели, земеделските предприятия могат да намаляват или увеличават предлагането в зависимост от това, доколко са привлекателни утвърдените пазарни цени. Възможностите за контрол и регулиране на цените от страна на земеделските предприятия и държавните органи са значително ограничени.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Липсата на добре функциониращи национални агропазари възпрепятства и задържа развитието на родното земеделие. Производството основно на агросуровини поставя земеделските предприятия в положение, в което не могат да формират цените, а само да ги приемат обременени с голям риск. Земеделските предприятия, които произвеждат уникални и иновативни земеделски продукти могат да използват голямото богатство на различните методи на ценообразуване и да постигнат ценово диференциране. Съвместният маркетинг и интегрирането на земеделските предприятия с останалите сектори намалява ценовия риск при реализацията на земеделските продукти и позволява постигането на по-добри и устойчиви цени.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Любенов Л., А. Нанева. Икономика на земеделието, Русе, 2006.
- [2] Любенов, Л., Агромаркетинг, Русе, 2006.
- [3] Закон за прилагане на общите организации на пазарите на земеделски продукти на Европейския съюз, 2011.
- [4] Закон за съхранение и търговия със зърно, 2011.
- [5] Закон за защита на конкуренцията, 2011.
- [6] <http://www.zhb-farin.bg>, 2012.
- [7] <http://www.cpc.bg>, Комисия за защита на конкуренцията, 2012.
- [8] <http://ec.europa.eu>, Европейска комисия, 2012.

<sup>13</sup> Може да се постигне чрез използване на подходящи: географски фактори и териториален произход; сортове; породи; технологии за производство (биологични, конвенционални, гмо) и преработка; системи за управление на качеството и др., които са предпоставки за изграждане на марки и географски означения.

[9] <http://www.icap.bg>, Консултантска компания ICAP Bulgaria, 2011.

[10] <http://www.dksbt.bg>, Държавна комисия за стоковите борси и тържища, 2012.

**За контакти:**

Доц. д-р ик. Любомир Любенов, катедра Икономика, Русенски университет  
“Ангел Кънчев”, тел.: 082-888 347, e-mail: [LLyubenov@uni-ruse.bg](mailto:LLyubenov@uni-ruse.bg)

**Докладът е рецензиран.**