

УДК 338.534

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

*Идрисова А.А., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Долгова И.М., к.э.н, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *потребительский рынок, цена, заработная плата, товары повседневного спроса.*

В данной статье рассматриваются особенности ценовой политики на потребительском рынке.

Потребительский рынок, как и обычный рынок, представляет собой экономическую категорию производства товаров и услуг, это связь между потребителями и производителями. Потребительский рынок в основном обслуживает потребности населения. Отличительной его особенностью является то, что решающим звеном здесь выступает потребитель, а значит ответ на вопрос: будет ли данный товар куплен? практически полностью зависит от потребителя. Многие особенности рынка обуславливают своеобразные подходы к формированию спроса и структуры товарооборота.

На выбор потребителя в большей степени влияет уровень цен на тот или иной товар. По мере изменения структуры общества и потребления меняется роль и структура потребительской цены, растет необходимость ее дифференциации, увеличивается разнонаправленность ее воздействия на конкурентоспособность продукции, увеличивается степень воздействия на всю ценообразующую цепочку, на степень и качество жизни, в особенности, расширяется спектр действующих на потребительскую цену факторов.

Потребительская цена одним из важнейших показателей уровня жизни населения. В тот же момент, цена является и сильнодействующим, вызывающим стремительную реакцию рынка инструментом управления.

В данном случае маркетинг направлен на определение такой цены, которая бы удовлетворяла потребности и желания потребителей, и их эффективное, прибыльное удовлетворение. Особенности установления определенного уровня цен зависит от выбранного типа товара. Класси-

фикация потребительских товаров представлена на рисунке 1.

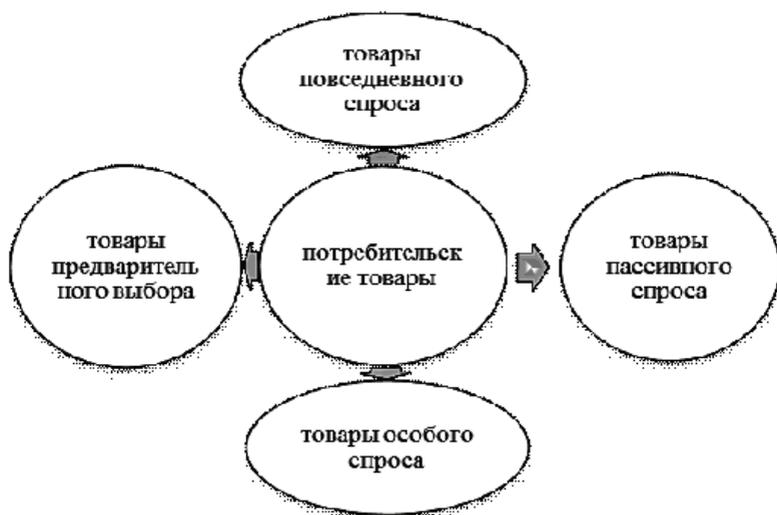


Рисунок 1 – Классификация потребительских товаров

Наибольший интерес составляют товары потребительского спроса. Связано это в большинстве случаев с постоянным увеличением цен на товары данной группы. Особенности ценового маркетинга на потребительском рынке является то, что потребитель, в конце концов, решает, является ли цена приемлемой или же сдерживает спрос. Средние потребительские цены на некоторые из основных продуктов питания по России и Ульяновской области на 7 апреля 2014 года представлены в таблице 1.

На фоне общероссийской тенденции повышения потребительских цен на продукты питания, Ульяновская область удерживает устойчивые позиции в рейтинге российских регионов с самой низкой стоимостью продовольственных товаров. В соответствии с рейтингом ПФО, потребительские цены в Ульяновской области на 20 из 29 групп продуктов питания, анализируемых Росстатом, занимают с первого по седьмое место, начиная от минимальной цены.

Таблица 1 – Средние потребительские цены на основные продукты питания (на 7 апреля 2014 года)

Наименование товара (услуги)	Единица измерения	Россия	Ульяновская область	Саратовская область
		Средняя цена, руб.		
Говядина (кроме бескостного мяса)	кг	270.00	232.99	220.83
Масло сливочное	кг	287.47	291.92	272.22
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5–3,2% жирности	л	40.72	44.02	31.72
Яйца куриные	10 штук	54.20	42.78	48.81
Сахар–песок	кг	32.54	35.88	32.52
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов	кг	43.19	33.10	30.97

Стоимость минимального набора продуктов питания в расчете на месяц в среднем по России в конце марта 2014 года составила 3080,4 рубля и по сравнению с предыдущим месяцем увеличилась на 2,7% (с начала года – на 7,7%). Среди регионов Российской Федерации, Ульяновская область по стоимости минимального набора продуктов питания находится на девятом месте и на четвёртом месте среди регионов Приволжского федерального округа. На рисунке 2 представлена примерная стоимость минимального продовольственного комплекта в разных областях России, по сравнению с Ульяновской областью.

Так в феврале 2014 года, по сравнению с предыдущим месяцем стоимость набора продуктов питания на территории Ульяновской области возросла на 3%, или на 78,51 руб.

В современных условиях состав и объем потребительского рынка в большей степени зависят не только от организации деятельности предприятий розничной торговли, а также и от структуры спроса платежеспособного

населения в определенном регионе. То есть важным фактором, влияющим на структуру продовольственного набора и уровень цен на продукты, является размер заработной платы жителей страны или конкретной области.

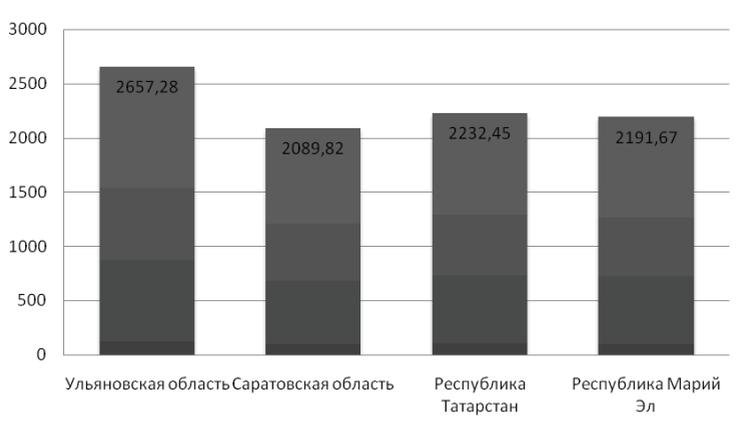


Рисунок 2 – Стоимость минимального продовольственного набора, руб.

Средняя заработная плата в 2013 году по регионам РФ представлена в таблице 2.

Таблица 2– Средняя заработная плата в 2013 году по регионам РФ

Регионы	Среднемесячная зарплата, тыс. руб.
Российская Федерация	27,0
Приволжский федеральный округ	19,2
Республика Татарстан	21,2
Самарская область	21,8
Саратовская область	18,1
Ульяновская область	17,3

Вопрос подавления повышения цен на основные продовольственные товары находится на непрерывном контроле.

С целью предотвращения необоснованного роста цен на социально значимые продовольственные товары на территории Ульяновской области организован штаб по продовольственной безопасности. На заседаниях

штаба анализируются проблемы регулирования ценовой ситуации на продовольственном рынке. Министерством сельского хозяйства еженедельно осуществляется мониторинг отпускных цен сельскохозяйственных товаропроизводителей, птицефабрик области и предприятий пищевой перерабатывающей промышленности и т.д. Данный мониторинг направляется в федеральную антимонопольную службу для принятия соответствующих мер по недопущению и пресечению злоупотреблений хозяйствующими субъектами, выявлению антиконкурентных соглашений, а также соблюдению антимонопольного законодательства в части ценового сговора.

Таким образом, принятие государством комплексных организационных мер, позволит не только защитить потребителя от постоянного роста цен на первоочередные продукты питания, но и позволит существенно увеличить доходы федерального бюджета за счет развития производства.

Библиографический список:

1. Долгова, И.М. Маркетинг: учебно-методический ком-плекс / И.М. Долгова. – Ульяновск: УГСХА, 2008. – 198 с.
2. Общественный контроль за уровнем розничных цен на социально значимые продукты питания [Электронный ресурс].– Режим доступа:ulpressa.ru
3. Маркетинг на потребительском рынке [Электронный ресурс].– Режим доступа:
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс].– Режим доступа:www.gks.ru
5. Голубев, С.В. Особенности маркетинговых рисков / С.В. Голубев, С.А. Голубева // Материалы II Открытой Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века». – Ульяновск: УГСХА, 2007. – С. 255–258.
6. Голубев, С.В. Необходимость государственного регулирования в АПК / С.В. Голубев // Финансовые и кредитные отношения в экономике. Международный сборник научных трудов. – Ульяновск: УГСХА, 2008. – С. 22–25.
7. Дозорова, Т.А. Ценовая политика: допущено Министерством сельского хозяйства РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 080200 «Менеджмент» / Т.А. Дозорова, Г.Г. Зотова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2013. – 128 с.
8. Лапин, А.Е. Управление формированием конкурентоспособных преимуществ в аграрном секторе Российской экономики /А.Е.Лапин,

Г.В. Лапшина //Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. -2008. – №2. –С. 61–64.

9. Дозорова,Т.А. Прогнозирование развития рынка молока и молочной продукции/Т.А.Дозорова, Е.В.Банникова //Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. – 2011. –№ 2. – С. 133–137.

10.Дозорова, Т.А. Регулирование процессов ценообразования в аграрном секторе АПК/Т.А. Дозорова, Е.А. Погодина. –Ульяновск: УГСХА, 2004. –206 с.

11. Дозорова, Т.А. Государственное регулирование сельского хозяйства региона / Т.А. Дозорова//Государственное регулирование сельского хозяйства: концепции, механизмы, эффективность. – М.: ВИАПИ им. Никонова, «Энциклопедия российских деревень» ,2005. – С.93–94.

12. Дозорова, Т.А. Стратегия развития сельскохозяйственных предприятий / Т.А.Дозорова, Е.А.Тарасова. – Ульяновск: УГСХА, 2004. – 256 с.

13.Рекомендации по регулированию производства и рынка зерна, сахара, говядины, свинины, мяса птицы, молока / А.И. Алтухов [и др.]. – Пермь: Пермский государственный технический университет, 2006.

14. Банникова, Е.В. Состояние и развитие рынка молока и молочной продукции Ульяновской области / Е.В. Банникова // Материалы III Международной научно-практической конференции «Молодежь и наука XXI века».– Ульяновск: ГСХА, 2010.–Том 11.–С. 24–27.

15. Челнокова,С.В. Экономическая доступность к продовольствию населения Ульяновской области /С.В. Челнокова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Продовольственное обеспечение населения – закономерность развития общества». – Пенза, 2003.–С.8–11.

16.Челнокова, С.В. Некоторые аспекты продовольственной безопасности страны в условиях импортозависимости / С.В. Челнокова // Труды VIII Между-народной научно-практической конференции «Интеграция экономики в систему мирохозяйственных связей». – Санкт–Петербург, 2003.–С.366–368.

THE PRICE POLICY IN THE CONSUMER MARKET

Idrisova A.A., Dolgova I.M.

Keywords: *the consumer market, the price, a salary, the goods of daily demand.*

In given article features of a price policy in the consumer market are considered.