

МЕТОДИКА АНАЛИЗА РЫНКА КАРТОФЕЛЯ

Специальность: Экономика и управление народным хозяйством

Направление: Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (АПК и сельское хозяйство)

Автор: Е.Ю. СИМАКОВА, старший преподаватель кафедры экономики Тверской государственной сельскохозяйственной академии

В данной статье выделены основные принципы и методы анализа рынка картофеля, представлена система показателей поэтапного анализа рынка картофеля.

This article highlights the main principles and metrics analysis of the potato market, represents the system performance analysis phase of potato market.

Ключевые слова: система показателей анализа рынка картофеля, анализ конъюнктуры рынка, мониторинг цен на рынке картофеля, тенденции развития рынка картофеля.

Keywords: system performance analysis of the potato market, market research, monitoring market price of potatoes, market trends potatoes.

В последние годы картофелепродуктовый подкомплекс переживает кризис. Несмотря на рост потребления картофеля в расчёте на душу населения, происходит сокращение посевных площадей, уменьшаются объёмы его производства, недостаточно развита система реализации, а также нет чёткого регулирования рынка картофеля. Поэтому появилась необходимость в выявлении и решении проблем развития и регулирования рынка картофеля, исследовании самого рынка картофеля Тверской области и его составляющих.

Анализу рынка картофеля должны соответствовать определённые принципы:

- Ø научность;
- Ø системность;
- Ø комплексность;
- Ø объективность;
- Ø практическая реализуемость.

Но исследование рынка картофеля было бы не полным, без выявления дополнительно ещё нескольких принципов – ориентированность на конкретные проблемы (выявление проблем экономического развития и регулирования рынка картофеля с последующим их анализом и решением) и

сегментированность рынка (систематизация проблем в соответствии с проведённой сегментацией рынка).

Выделению данных принципов способствовало разделение рынка картофеля на сегменты и распределение проблем развития и регулирования рынка картофеля в Тверской области в соответствии с сегментами. Поэтому, данные принципы накладывают отпечаток на само исследование и должны обязательно выполняться при организации и проведении анализа, получении его результатов. Ими следует руководствоваться в процессе проведения экономического анализа рынка картофеля на любом уровне.

Анализ регионального рынка картофеля может реализовываться через совокупность методов (рис.1).



Рисунок 1 – Методы анализа регионального рынка картофеля

Исследование необходимо проводить по трём основным направлениям (рис.2):

1. Изучение теоретических основ экономического развития рынка картофеля;
2. Анализ современного состояния и тенденций развития рынка картофеля в Тверской области;
3. Приоритетные направления совершенствования и регулирования регионального рынка картофеля.

По каждому из направлений проводится анализ регионального рынка картофеля на основе проблемно-ориентированного подхода (рис. 2).

Результаты расчётов и намеченные направления совершенствования регионального рынка картофеля, в свою очередь, должны опираться на анализ современного состояния рынка картофеля в Тверской области. Для этого составлена характерная система показателей (рис. 3).



Рисунок 2 – Структура анализа регионального рынка картофеля на основе проблемно-ориентированного подхода



Рисунок 3 – Система анализа современного состояния и тенденций развития рынка картофеля в Тверской области

Изучение конъюнктуры рынка картофеля включает анализ состояния рынка картофеля и предполагает характеристику производства и потребления картофеля, их взаимосвязей, а также инфраструктуры обеспечения изучаемого рынка [5].

Для изучения анализа конъюнктуры рынка используется перечень показателей (рис.3):

- предложение картофеля и покупательский спрос определяется с помощью абсолютного прироста объёма производства (реализации) картофеля за анализируемый период по сравнению с предыдущим годом, общего прироста картофеля за рассматриваемый период, среднегодового абсолютного прироста картофеля, темпа роста (динамический индекс) и темпа прироста (цепной индекс) объёмов производства (реализации) картофеля, среднегодового темпа роста и темпа прироста);
- обеспечение региона картофелем (соотношение спроса и предложения на рынке картофеля)

Соотношение между спросом и предложением складывается в обратно пропорциональной зависимости, определяя соответствующие изменения в уровне цен на товары [3; 4].

В настоящее время главная задача перед региональным рынком картофеля – обеспечение продовольственной безопасности населения Тверской области. Поэтому необходимо проанализировать соотношение между спросом и предложением картофеля в Тверской области, т.к. именно по данным показателям достигается равновесие на рынке.

- уровень конкуренции на рынке картофеля
Размер рынка картофеля определяется объёмом продажи картофеля, а также числом и размером районов, выступающих на рынке в качестве продавцов – как первичных (производителей), так и торговых посредников.
- показатели эффективности производства картофеля в регионе (урожайность картофеля, валовой сбор картофеля в расчёте на 100 га соответствующих угодий, производительность труда, трудоёмкость, себестоимость 1 ц картофеля, прибыль в расчёте на 1 ц картофеля, прибыль в расчёте на 1 га посадки картофеля, уровень рентабельности).

Картофель как любой товар реализуется по разным ценам в зависимости от спроса и предложения, места и времени продажи, условий сделки, типа рынка, от полноты ценовой информации и ряда других факторов [1].

Так как рынок картофеля – это рынок совершенной конкуренции, то производитель картофеля является ценополучателем, т.е. цену устанавливает рынок.

Очень важной для планирования деятельности предприятий, занимающихся выращиванием картофеля, является информация о спросе на рынке

картофеля. Согласно закону спроса количество картофеля, которое готовы приобрести покупатели, находится в обратной зависимости от его цены.

Предприятия, занимающиеся выращиванием картофеля, как правило, не руководствуются получением сиюминутной выгоды, реализуя продукт по максимально высокой цене, а проводят гибкую ценовую политику. На величину цены на картофель оказывают воздействие внутренние и внешние факторы (рис.4).

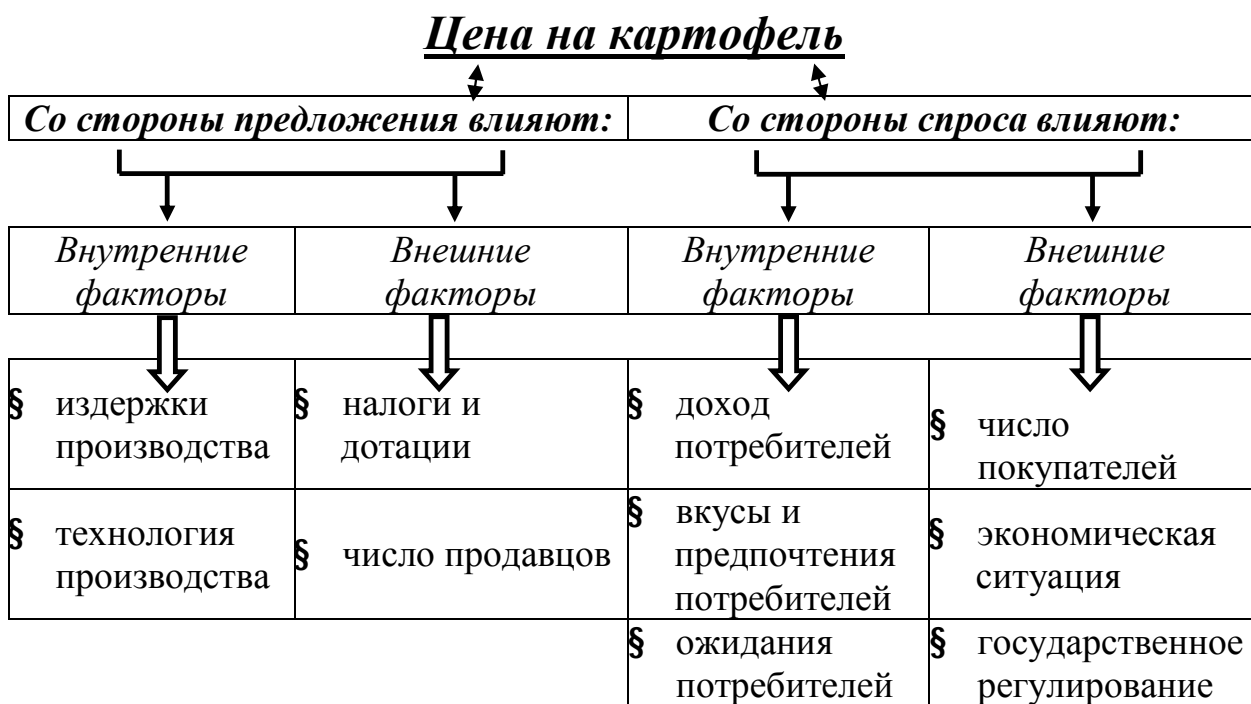


Рисунок 4 – Факторы, влияющие на ценообразование картофеля

Для всестороннего анализа цен на рынке картофеля проводят мониторинг цен (рис.5).

На основании анализа конъюнктуры рынка осуществляются прогнозирование и оценка факторов, влияющих на производство и реализацию картофеля в регионе. При изучении спроса на картофель необходимо проводить оценку риска «невостребованной продукции».

Чтобы избежать последствий риска «невостребованной продукции», необходимо изучить причины их возникновения с целью поиска путей недопущения или минимизации потерь.

Внутренние причины отсутствия спроса на картофель:

- неправильно составленный прогноз спроса на картофель;
- неправильная ценовая политика;

- отсутствие эффективных методов стимулирования реализации картофеля.

Внешние причины отсутствия спроса на картофель:

- платежеспособность покупателей;
- демографические, политические, социально-экономические факторы.



Рисунок 5 – Схема мониторинга цен на картофель

Объём продаж, средний уровень цен, выручка от реализации картофеля, сумма полученной прибыли, рентабельность производства данной культуры и другие критерии зависят от уровня товарности картофеля.

Именно поэтому в условиях жёсткой конкуренции практически на всех рынках вопросы реализации стоят на первом месте, чтобы удовлетворять самые разнообразные потребности потребителей картофелеводческие хозяйства заключают договоры с оптовыми покупателями, стараясь, чтобы они были длительными, на большие объёмы поставок в сроки, оговоренные контрактом.

Методика анализа тенденций развития рынка картофеля состоит из следующих пунктов:

- Ø определение состава и структуры регионального рынка картофеля (анализ регионального рынка картофеля с точки зрения категорий, участников рынка и каналов реализации картофеля);
- Ø экстраполяция производства и потребления картофеля на региональном рынке;
- Ø анализ товарности картофеля в регионе;
- Ø анализ факторов влияния на спрос и предложение картофеля (для этого можно воспользоваться построением многофакторных моделей на основе проведения множественного регрессионного анализа с помощью программы StatGraphics и Excel [2]);
- Ø распределение картофеля по каналам реализации (прямым и косвенным).

Предложенная автором методика анализа позволяет, систематизировано и целостно охарактеризовать рынок картофеля в соответствие с вышеперечисленными принципами исследования, проблемами развития рынка картофеля. После получения результатов определяются приоритетные направления регулирования рынка.

Данная методика может использоваться на региональном уровне в зависимости от особенностей развития продовольственного рынка и в соответствии с его сегментацией.

Список литературы

1. Борхунов Н. Ценообразование на сельскохозяйственную продукцию// АПК: экономика, управление. –1996. – №5. – С. 41–46.
2. Кудрявцева О.В. Рекомендации по оценке факторов формирования и использования рабочей силы. Тверь, – 2009. – 49 с.
3. Попова Н.И., Квочкин А.Н. Современные тенденции формирования регионального продовольственного рынка// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2002. – №12. – С. 49.
4. Стукач В., Якубенко М. Конъюнктурные исследования в системе мониторинга// Экономика сельского хозяйства России. – 2007. – №11. – С. 32 – 33.
5. Широбокова С.Э. Управление региональным рынком аграрной продукции в конкурентной среде: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. Ижевск, – 2006. – 25 с.