

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ

Учебно-методическое пособие

Составитель:
Чарыкова О.Г.

Издательско-полиграфический центр
Воронежского государственного университета
2015

Введение

Современные концепции, сущность и основные инструменты агропродовольственного рынка изучаются с позиций современного предпринимательства и меняющихся национальных условий и мировых тенденций, анализируются теоретические положения и возможности применения их в практике современного предпринимательства. Особое внимание уделено государственному регулированию агропродовольственного рынка в условиях ВТО и Евразийского Союза. Детально рассматриваются методы оценки конъюнктуры агропродовольственного рынка на примере конкретных сельскохозяйственных и продовольственных рынков (мяса, молока, яиц и т.д.). Большое внимание уделено значению и отраслевым особенностям агропродовольственного рынка, роли в обеспечении продовольственной безопасности страны.

Освоение дисциплины «Агропродовольственные рынки» должно познакомить студентов с теоретическими основами формирования агропродовольственных рынков и прикладными аспектами их применения в конкретных сферах экономической деятельности в современных условиях.

В процессе изучения курса студенты освоят практический инструментарий оценки агропродовольственного рынка, выявления тенденций и определения проблем его развития, а также выработки стратегий поведения предпринимательских структур на различных агропродовольственных рынках.

В результате изучения дисциплины студенты должны приобрести общекультурные и профессиональные компетенции, позволяющие анализировать и оценивать рыночные условия, умения сегментировать агропродовольственный рынок и выбирать предпринимательскими структурами целевые сегменты, позиционировать продукцию, осуществлять выбор инструментов развития и регулирования агропродовольственного рынка, адекватных современным условиям.

Основными методами проведения аудиторских занятий являются:

- лекции;
- семинарские занятия: решение задач; разбор кейс-заданий; проведение устных и письменных коллоквиумов, контрольных работ; освоение современных методов, используемых для решения задач прогнозирования спроса, сегментирования рынков, позиционирования товаров;
- проведение промежуточного и итогового тестирования.

Формами самостоятельной работы будут:

- подготовка сообщений по темам курса;
- написание рефератов по избранным темам;
- решение задач;
- подготовка к тестам и экзамену.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

По тестам, студенты, ответившие правильно на вопросы:

- от 0 – 50% - получают «неудовлетворительно»;
- 51-70% - «удовлетворительно»;
- 71-90% - «хорошо»;
- 91-100% - «отлично»

Контрольные вопросы

1. Сформулируйте понятие и дайте определение конъюнктуры агропродовольственного рынка
2. Выявите внешние и внутренние факторы формирования конъюнктуры агропродовольственного рынка.
3. Раскройте основные экономические законы, влияющие на формирование конъюнктуры агропродовольственного рынка.
4. Опишите понятие спроса как экономической категории. Раскройте закон спроса.
5. Прокомментируйте формулу расчета объема спроса.
6. Назовите основные факторы, влияющие на формирование спроса.
7. Дайте понятие предложения как экономической категории. Раскройте закон предложения.
8. Назовите основные факторы формирования предложения.
9. Раскройте содержание понятий «рынок продавца», «рынок покупателя».
10. Назовите особенности проявления закона спроса на агропродовольственном рынке.
11. Раскройте особенности конъюнктуры агропродовольственного рынка

Тема 3. Цена и ценообразование на агропродовольственном рынке

Виды цен на агропродовольственную продукцию. Однородные товары, взаимодополняющие, заменяемые. Функции цен, их отраслевые особенности. Основные факторы механизма ценообразования: внешние и внутренние. Процесс ценообразования (этапы): выявление внешних и внутренних факторов установления исходной цены; постановка целей ценообразования; выбор метода ценообразования; страхование ценообразования; рыночная корректировка цены; разработка ценовой стратегии предприятия.

Основные методы ценообразования: расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль», ориентации цена на спрос, расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли, установление цены на основе уровня текущих цен. Отраслевые особенности агропродовольственной продукции.

Методика установление цены: постановка задач ценообразования; определение спроса; анализ цен и товаров конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.

Выбор стратегии ценообразования. Основные факторы. Основные ценовые стратегии на агропродовольственном рынке.

Контрольные вопросы

1. Раскройте понятие экономической категории «цена» и дайте её определение.
2. Перечислите основные виды цен на аграрную и продовольственную продукцию.
3. Охарактеризуйте основные функции цены.
4. Прокомментируйте влияние внешних факторов на формирование цены.
5. Назовите внутренние факторы, определяющие цену на агропродовольственную продукцию.
6. Раскройте понятие и основные этапы ценообразования.

7. Дайте характеристику основным методам ценообразования на агропродовольственную продукцию.
8. Раскройте методику определения цены на продукцию.
9. Перечислите основные цели фирмы, которые она стремится достичь с помощью конкретного товара.
10. Поясните влияние издержек на формирование цены. Охарактеризуйте особенности.
11. Раскройте закон эластичности спроса по цене, по доходу.
12. Приведите примеры влияния цен конкурентов на установление цены.
13. Перечислите основные факторы установления окончательной цены.
14. Поясните, от чего зависит выбор стратегии ценообразования.
15. Раскройте основные стратегии предприятия на агропродовольственном рынке.

Тема 4. Сегментирование агропродовольственного рынка и стратегии позиционирования продукции

Объективные предпосылки необходимости сегментирования агропродовольственного рынка. Понятие сегмента рынка и процесса сегментирования. Признаки и критерии сегментации. Сегментирование рынка по потребителям: экономические, поведенческие, демографические и географические признаки. Сегментирование агропродовольственного рынка по продукции (сельскохозяйственная, продовольственная), по видам, конкурентным позициям и т.д. Сегментирование агропродовольственного рынка по конкуренции.

Рыночная ниша. Выбор целевых рынков агропродовольственного рынка. Стратегии выхода на рынок (массовый недифференцированный, дифференцированный, концентрированный).

Позиционирование агропродовольственной продукции. Конкурентные преимущества. Построение карты позиционирования (молоко, яйцо, картофель).

Контрольные вопросы

1. Раскройте объективные предпосылки необходимости и целесообразности сегментирования рынка.
2. Дайте понятие сегмента рынка и сегментирования агропродовольственного рынка.
3. Сформулируйте основные критерии выбора сегмента.
4. Раскройте основные группировочные признаки сегментирования рынка по потребителям.
5. Охарактеризуйте основные признаки сегментирования рынка по товару.
6. Определите признаки сегментирования агропродовольственного рынка по основным конкурентам.
7. Раскройте понятие рыночной ниши.
8. Прокомментируйте основные факторы выбора целевого сегмента и назовите основные стратегии выхода на рынок.
9. Раскройте понятие процесса позиционирования товара. Приведите примеры позиционирования основных брендов (молока, сыра, шоколада).
10. Постройте карту позиционирования различных агропродовольственных товаров.

Тема 5. Основные характеристики и комплексная оценка конкурентной среды отраслевого агропродовольственного рынка (зерна, масло, семян подсолнечника, мяса КРС, мяса свиней, мяса птицы, плодов и ягод, овощей). Фирма как субъект агропродовольственного рынка

Предварительным, но обязательным этапом исследований конкуренции на рынке является сбор и анализ информации, необходимой, в конечном итоге, для выбора конкурентных стратегий.

Настоящий порядок проведения анализа конкурентной среды на отраслевом рынке может быть использован при решении вопросов о предоставлении хозяйствующим субъектам кредитных, финансовых и налоговых льгот и в других случаях, когда требуется анализ и оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках и определения положения на них хозяйствующих субъектов.

Комплексная методика оценки конкурентной среды состоит из нескольких последовательных, логически связанных этапов (табл. 1).

Таблица 1

Оценка конкурентной среды на отраслевом рынке

Этапы оценки конкурентной среды	Содержание, показатели, критерии
I. Определение продуктовых и географических границ рынка	Доступность транспортных средств и незначительность транспортных расходов. Сохранность качества и потребительских свойств товара в процессе транспортировки. Сопоставимый уровень цен на товары внутри границ этого рынка.
II. Определение субъектов рынка	Рыночные доли участников рынка. Потенциальные продавцы и покупатели.
III. Формирование общей картины о мере привлекательности рынка	Характеристики интенсивности конкуренции: динамика рынка; уровень рентабельности рынка; коэффициенты интенсивности конкуренции по динамике рынка, по рентабельности, по распределению рыночных долей; интенсивность (активность) конкуренции.
IV. Оценка монополизации	Коэффициент рыночной концентрации. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана
V. Определение границ групп предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров	Число сильных предприятий и предприятий с долей реализации выше средней и ниже средней. Дисперсии и коэффициент вариации рыночных долей.
VI. Анализ барьеров «входа» на рынок для потенциальных конку-	Экономические и организационные ограничения. Административные ограничения. Неразвитость рыночной инфраструктуры.

ренгов	Барьеры, основанные на абсолютном превосходстве в уровне затрат.
7. Анализ открытости рынка	Доля импортной продукции в общем объеме реализации на конкретном товарном рынке.
8. Итоговая оценка состояния конкурентной среды на рынке	Сопоставление и анализ количественных и качественных показателей, характеризующих рынок. Классификация на высоко-, умеренно- и низкоконтрированные рынки

Понятие фирмы (социальное, юридическое, экономическое). Показатели рыночной власти фирм. Положительное значение коэффициента Бейна в долгосрочном периоде характеризует рыночная власть этой фирмы.

Вход новых фирм на рынок может изменять рыночную ситуацию - усилить конкуренцию и давление на уже действующие на рынке фирмы.

Различают два вида барьеров:

- стратегические, т.е. формируемые в результате поведения фирм;
- структурные, или нестратегические, т.е. те, которые по большей части не поддаются воздействию со стороны хозяйствующего субъекта.

К нестратегическим могут быть отнесены три группы барьеров: социально-экономические, правительственные и гражданские.

Контрольные вопросы

1. Раскройте понятие и принципы определения продуктовых и географических границ рынка.
2. Дайте расчет рыночных долей участников рынка (по его емкости).
3. Назовите характеристики интенсивности конкуренции рынка и раскройте показатели.
4. Охарактеризуйте показатели оценки монополизма отраслевого рынка.
5. Опишите определение границ групп предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров.
6. Назовите барьеры «входа» на рынок для потенциальных конкурентов.
7. Опишите показатели анализа открытости рынка.
8. Раскройте классификацию рынков по оценке состояния конкурентной среды на рынке (высоко-, умеренно- и низко концентрированные).
9. Сформулируйте понятие фирмы и охарактеризуйте показатели рыночной власти фирмы.
10. Назовите подходы к определению барьеров входа-выхода фирмы на отраслевой рынок.
11. Раскройте классификацию рынков по уровню входных барьеров.
12. Прокомментируйте виды стратегических и нестратегических барьеров.

Тема 6. Всемирная торговая организация (ВТО): сущность, принципы и функции. Теоретические положения функционирования в ЕЭП (Единое экономическое пространство)

Внешние факторы необходимости и внутренние возможности интегрирования в мировую агропродовольственную систему и вступление России в ВТО.

Сущность, цель и задачи ВТО. Основопологающие принципы и правила ВТО: транспарентность торговой политики и взаимное предоставление режима наибольшего благоприятствования (РНБ) в торговле товарам и услугам иностранного происхождения; регулирование торговли преимущественно тарифными методами и отказ от использования количественных и иных ограничений; разрешение торговых споров путем консультаций и переговоров и др.

Важнейшие функции ВТО. Соглашение по сельскому хозяйству и Соглашение по субсидиям и компенсационным мерам. Внутренняя поддержка: 3 корзины - «зеленая» (green box), «янтарная» («желтую») (amber box) и «голубая» (blue box).

Общие преимущества от вступления в ВТО. Принятые Россией обязательства.

Содержание, цель, задачи, базовые принципы ЕЭП. Основопологающие соглашения ЕЭП: проведение согласованной экономической политики и гармонизация систем регулирования экономики; создание общего рынка товаров, услуг, рынка труда (трудовых ресурсов), капитала и проведение согласованной валютной политики; формирование общего энергетического рынка, доступ к услугам естественных монополий в сфере энергетики и транспорта; техническое регулирование.

Общие черты и отличительные особенности ВТО и ЕЭП. Возможное расширение ЕЭП. Развитие интеграции в ЕЭП. С 2015 г. - начало функционирования ЕврАзЭС.

Контрольные вопросы

1. Сформулируйте внешние и внутренние факторы вступления России в ВТО.
2. Раскройте сущность, назовите цель и задачи, основные принципы ВТО.
3. Охарактеризуйте основные функции ВТО.
4. Раскройте основные Соглашения по сельскому хозяйству.
5. Назовите основные преимущества от вступления в ВТО.
6. Определите основные проблемы России по сельскому хозяйству.
7. Раскройте содержание, цель и задачи ЕЭП.
8. Сформулируйте базовые принципы ЕЭП.
9. Опишите основопологающие соглашения ЕЭП.
10. Выявите общие черты и назовите отличительные особенности ВТО и ЕЭП.
11. Опишите возможности расширения и перспективы ЕЭП.
12. Обоснуйте роль и значение ЕЭП для России в современных условиях.

Тема 7. Государственное регулирование агропродовольственного рынка

Объективные предпосылки необходимости государственного регулирования продовольственного рынка. Отраслевые отличительные особенности агропродовольственного рынка (АПР). Сущность, цель и задачи государственного регулирования АПР. Основные принципы государственного регулирования АПР: ориентация рынка на достижение цели продовольственного обеспечения; дополне-