

1 Использование рыночной информации

Основные разделы Главы 1 Использование рыночной информации

Производители могут использовать рыночную информацию для того, чтобы...

- **Снижать риски, связанные с реализацией продукции**
 - Знание цен помогает решать, стоит ли отправлять продукцию на рынок
- **Решать, где продавать**
 - На каком этапе рыночной цепочки (напр. первичный заготовительный рынок или оптовая база)
 - На каком рынке?
- **Проверять предлагаемые цены**
 - Выгодно ли ведутся переговоры с закупщиками?
 - Является ли качество их продуктов таким же, как у других поставщиков?
 - Договариваются ли их агенты на оптовых рынках о хороших ценах?

- **Решать хранить продукцию или нет**

- Производители могут держать в хранилище некоторые культуры в течение нескольких месяцев, если они считают, что цена вырастет



Когда производители отправляют свою продукцию на отдалённые рынки, они рискуют, что цена не покроет даже затраты на реализацию. Рыночная информация может помочь им избежать подобных рисков.

- Решать, стоит ли выращивать продукцию вне сезона
- Современная аграрные технологии дают возможность собирать урожай тогда, когда цены наиболее высоки

*Рыночная информация может помочь производителям вести переговоры с закупщиками...
...но она должна быть свежей*



- Решать стоит ли изменить модель производства
- Производители сельскохозяйственной продукции могут выращивать новые культуры, но они должны рассчитать, будет ли это доходными



Рыночная информация может помочь определить возможности для прибыльного производства.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Как уже обсуждалось во вступлении, информация имеет существенное значение для тех производителей, которые хотят полностью ориентироваться на рынок и быть уверенными, что их продукция соответствует спросу. Наличие достоверной рыночной информации должна помочь хозяйствам:

- снизить риски, связанные с реализацией;
- проверить, соответствуют ли предлагаемые им цены, рыночным;
- решить, стоит ли хранить свою продукцию;
- решить, выращивать ли продукцию вне сезона;
- решить, выращивать ли новые культуры.

Снижение рисков

Производители всего мира сталкиваются с многочисленными проблемами и рисками, такими как, плохие погодные условия, способные повредить или уничтожить урожай. Также есть возможность, что рыночные цены не будут достаточно высокими для извлечения прибыли. Более того, некоторые аграрники поставляют свою продукцию на уделённое от хозяйств рынки и внезапно обнаруживают, что выручки не хватает для покрытия расходов на сбыт, таких как транспорт, погрузочно-разгрузочные работы и сборы за право на реализацию продукции (см. главу 5).

Для примера возьмём производителей помидоров: их производственные затраты составляют \$30 на каждые 100 кг, а затраты на реализацию – \$15 на 100 кг.

10 Таким образом, их общие затраты составляют \$45:

- при рыночной цене в \$60 будут покрыты расходы на производство и сбыт и будет получена прибыль. Несомненно, производители поставят свои помидоры на рынок.
- при рыночной цене в \$30 будут понесены потери. Тем не менее, производители всё же отправят свои помидоры на рынок, чтобы покрыть затраты на сбыт и вернуть, по крайней мере, часть производственных затрат.
- при рыночной цене в \$10, разумные производители не отправят свои помидоры на продажу, так как они не только потеряют все свои деньги, потраченные на производство, но также и часть затрат на реализацию. В этом случае, будет лучше придержать урожай до тех пор, пока цены не повысятся (при условии, что урожай можно сохранить). В худшем случае, может быть целесообразней оставить помидоры гнить на полях.

Примечание: Знак \$ используется во всем руководстве для обозначения денег вообще, а не какой-либо конкретной национальной валюты.

Информация о рыночных ценах и объёмах поставок на рынок может снизить риски производителей. Конечно же, достоверная информация не может полностью ликвидировать риск, так как сезонные цены на скоропортящуюся продукцию могут колебаться быстро и значительно, в зависимости от того, какое количество продукта поступает на рынок в конкретный день. Однако, наличие хоть какой-то информации очевидно лучше, чем её полное отсутствие.

Наличие информации о ценах за прошедший период времени может также помочь в снижении рисков. Например, она может снизить риски, связанные с принятием решения относительно того, стоит ли хранить урожай для продажи позднее в течение года, или с решением о выращивании новых культур. Эти вопросы рассматриваются далее в этой главе.

Выбор места реализации продукции

Важным моментом является выбор подходящего места для реализации продукции. В некоторых случаях, у производителей есть несколько вариантов выбора. Они могут:

- продавать прямо с поля;
- поставлять на первичный заготовительный рынок;
- отправлять на оптовую базу;
- продавать непосредственно отдельным розничным продавцам или крупным компаниям, имеющим сеть розничных магазинов или супермаркетов;
- продавать заказчикам, с которыми есть соглашение или «договор» по конкретной культуре;
- продавать напрямую городским потребителям.

Чем дальше производители продвигаются по торговой цепочке, тем более высокую цену они обычно получают. Однако, высокая отпускная цена не обязательно означает, что производитель максимально увеличит свой доход. Это зависит от затрат. В действительности транспортировка небольшого количества продукции на дальнее расстояние может обойтись производителю гораздо дороже, чем перевозка большего количества на то же самое расстояние торговым посредником.

Пример 1

Эффект рыночной информации в Албании*

В августе 1994 года новый Центр рыночной информации (в дальнейшем, ЦРИ) Албании начал собирать данные о розничных ценах на основных рынках в главный рыночный день, т.е. в субботу.

В результате этого, новая служба быстро обнаружила, что были значительные различия в ценах на одни и те же культуры на разных рынках, даже если рынки располагались на расстоянии всего лишь 15 км друг от друга. Иногда цены на одном рынке были почти в два раза выше, чем на близлежащих. Это происходило из-за того, что дороги были плохими, а телефонная связь в то время почти не существовала, поэтому производители всегда предпочитали осуществлять поставки на тот рынок, который располагался ближе всего к их хозяйству и были не в состоянии связаться с другими рынками, чтобы узнать цены.

После того, как информация о различиях в рыночных ценах стала известна благодаря новой службе, более активные производители начали поставлять свою продукцию на большие расстояния, несмотря на плохую транспортную инфраструктуру.

* C. Grace pers. Comm.

ТИПЫ РЫНКОВ

Местный первичный заготовительный рынок – этот термин используется для описания места, куда сельхозпроизводители съезжаются для продажи своей продукции оптовым покупателям. Оптовикам гораздо выгоднее отовариваться непосредственно у производителей, сгруппированных в одном или двух местах, чем посещать каждое хозяйство в отдельности. Ко многим производителям просто невозможно добраться на грузовом транспорте из-за плохих дорог. Местные заготовительные рынки могут принимать различные формы: это могут быть небольшие площадки, где производители и оптовики собираются на несколько часов на регулярной или нерегулярной основе. Или это могут быть рынки, функционирующие только один или два раза в неделю. Обычно первичные заготовительные рынки расположены в сельской местности, но также их можно часто встретить в маленьких городах аграрных районов. В этом случае, такие рынки также функционируют как местные оптовые или местных розничные рынки.

Оптовые рынки можно наилучшим образом описать как места, где оптовые предприятия и частные оптовики закупают продукцию. Поставки на оптовые рынки могут осуществляться как самими хозяйствами, так и торговыми посредниками, закупившими продукцию либо у производителей, либо у более мелких оптовиков. Однако, в некоторых странах, лицо, поставляющее продукцию непосредственно на оптовый рынок, отвечает за её продажу розничным продавцам, в большинстве случаев оптовик на рынке закупает продукцию у производителя или торгового посредника и затем сбывает её розничным продавцам.

Оптовые рынки выполняют важные функции:

- производители и закупщики имеют возможность свозить продукцию в одно место, и им не нужно посещать целый ряд розничных продавцов;
- розничные продавцы могут закупать широкий ассортимент продукции в одном месте;
- торговля большим количеством продукции в одном месте делает возможным формирование рыночных цен, отражающих спрос и предложение. Если бы розничные продавцы закупали бы продукцию у оптовиков в разных местах, это не было бы возможно, и цены бы значительно варьировали по всему городу.

Розничные рынки – это рынки, где отовариваются потребители. Слово «потребитель» включает в себя семьи и отдельных лиц, а также мелкие предприятия, такие как рестораны и мелкие торговые точки (более крупные предприятия, вероятно, будут осуществлять закупки на оптовых рынках или даже непосредственно у производителей). Лица, торгующие на розничных рынках, обычно являются профессиональными розничными продавцами, закупающими продукцию прямо у хозяйств. Конечно, на официальные рынки приходится только небольшая часть розничных продаж, притом что потребители зачастую имеют большой выбор мест, где можно совершать покупки – от крупных супермаркетов и небольших розничных магазинов до розничных продавцов, торгующих прямо с грузовиков, велосипедов или даже на обочине дороги.

ЧЕМ ДАЛЬШЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДВИГАЮТСЯ ПО РЫНОЧНОЙ ЦЕПОЧКЕ, ТЕМ БОЛЕЕ ВЫСОКУЮ ЦЕНУ ОНИ ОБЫЧНО ВЫРУЧАЮТ...

Производители могут продавать продукцию и у **ворот хозяйства...**

... но, если они могут отвезти свой товар на **первичный заготовительный рынок**, это может принести им выгоду

... **НО И ИХ ЗАТРАТЫ МОГУТ ПРЕВЗОЙТИ ПОЛУЧЕННУЮ ВЫРУЧКУ**



Местный первичный заготовительный рынок

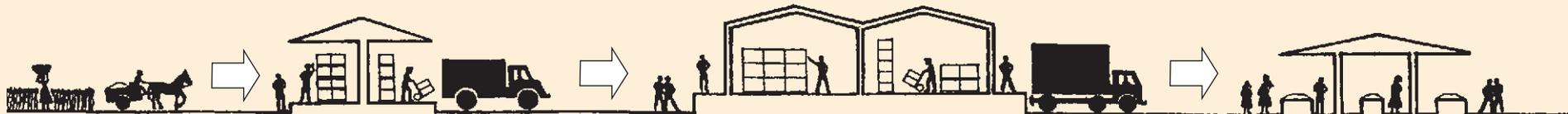
... сюда съезжаются производители для продажи своей продукции торговым посредникам

Оптовый рынок

... здесь отовариваются розничные продавцы и предприятия

Розничный рынок

... где потребители закупают продукцию для себя



Реализаторам более выгодно закупать продукцию у производителей, сгруппированных в одном месте, чем у каждого по отдельности

Торговля большим количеством продукции на одной площадке позволяет ценам меняться в зависимости от спроса и предложения

Розничные продавцы продают товар потребителю и мелкому бизнесу

Производители могут продавать продукцию и на **оптовом рынке...**



... или они могут решить продавать непосредственно потребителю на **розничном рынке...**



Другие варианты для производителей включают...

... сбыт продукции компаниям **по контракту...**

... прямые поставки **перерабатывающим предприятиям**

Кроме того, прямая продажа потребителю обходится дорого с точки зрения затраченного времени самими производителями. Пребывание на рынке в течение всего дня, возможно и обеспечит им более высокие цены, но они могли бы использовать это время с большей пользой, работая на своих хозяйствах. Информация о состоянии рынка на различных звеньях рыночной цепи необходима для определения того, на какой рынок выставлять продукцию, а также для расчёта связанных с этим затрат (см. главу 5).

Контроль предлагаемых цен

Обладая достоверной информацией, производитель может сравнить вырученные цены с общим уровнем цен на рынке. Приведём пример Индонезии, где рыночные цены на плодоовощную продукцию передаются по радио ежедневно для всех крупных производственных районов. Если фермерам предлагают цены ниже объявленных, последние могут, например, решить в будущем работать с другими закупщиками, вести переговоры более жестко или попытаться повысить качество или способ подачи своей продукции. Объявленные цены также используются производителями Индонезии в качестве отправной точки для ведения переговоров с закупщиками на следующий день.

Проверка цен особенно важна для производителей, поставляющих свою продукцию «по консигнации» агентам или оптовикам на оптовых рынках. Производитель заранее не знает цену, которую ему предложат и полагается на своих агентов, чтобы те добились наилучших цен. Такой порядок вещей требует того, чтобы производители доверяли своим агентам в получении наилучших возможных цен. Однако, даже там, где такое доверие существует, всё равно полезно, чтобы про-

изводители могли сравнить предложенные им цены с объявленными.

Целесообразность хранения продукции

Хозяйства, выращивающие скоропортящиеся культуры, имеют сравнительно небольшой выбор относительно времени реализации своей продукции. Они могут ускорить или отложить сбор урожая, но, в основном, им приходится продавать свою продукцию тогда, она созревает. С другой стороны, производители зерновых, например кукурузы и риса, или таких культур как лук, картофель и яблоки, могут хранить их в ожидании более высоких цен, при условии, что они имеют подходящие хранилища.

Государственная Служба рыночной информации работающая в течение нескольких лет, должна иметь в распоряжении данные о сезонной динамике цен. На их основании, производители при содействии консультантов по сельскому хозяйству могут получить представление о сезонных ценовых тенденциях. Однако, точная модель любого года зависит от размера урожая. Если урожай хороший, рост цен за год может быть невысоким и хранение может оказаться не очень выгодным. С другой стороны, когда урожай плохой, цены могут сильно возрасти, и хозяйства, хранящие свой урожай, могут получить дополнительную прибыль. В главе 8 приводятся примеры того, как подсчитать возможные доходы от хранения.

Стоит ли выращивать продукцию «вне сезона»

Ещё одним преимуществом наличия информации о сезонной динамике цен за предшествующие периоды времени является то, что производители могут решать,

Продукция, которую можно хранить, может в дальнейшем принести более высокие цены



Кукуруза – Замбия

FAO/17831/A. Conti



Картофель – Эквадор

FAO/16183



Рис – Бирмания

FAO/19776/G. Bizzarri



Чеснок – Гондурас

FAO/18937/G. Bizzarri

когда лучше производить ту или иную продукцию. В прошлом большинство хозяйств сталкивались с проблемой, связанной с тем, что когда приходило время сбора урожая сезонных культур, продукция большинства других производителей также была готова к уборке. В результате им приходилось мириться с низкими ценами. Однако, теперь, при наличии современных аграрных технологий и новых сортов растений, зачастую возможно заранее задать время уборки урожая и производить культуры раньше или позднее большинства других производителей.

Информация о сезоне колебании цен дает производителям хорошее представление о ценах, которые они могут выручить при внесезонном производстве. Однако, тот факт, что они почти наверняка получают более высокие цены, не означает, что им следует немедленно планировать производство продукции вне сезона. Если бы всё обстояло так просто, все фермеры занимались бы этим. Внесезонное производство включает в себя более емкие капиталовложения (напр. теплицы туннельного типа из полимерной плёнки); более высокие производственные затраты (напр. химзащита растений), в результате чего могут снизиться доходы. Поэтому, консультанты по сельскому хозяйству должны быть в состоянии помочь хозяйствам подсчитать их вероятные производственные расходы и соотнести их с ожидаемыми отпускными ценами.

Стоит ли выращивать различные культуры

Если новые культуры могут повысить доходы производителей, последние, скорее всего, попытаются их выращивать. В некоторых случаях, недавние изменения в государственной политике обусловили необходимость диверсификации продукции. Например, закрытие Управлений по сбыту в Африке, которые в прошлом гарантировали единую закупочную цену по всей стране, может означать, что фермеры, живущие в районах, где затраты на реализацию являются высокими, поймут, что доход по таким культурам как кукуруза более не оправдывает затраты. Эти производители, при содействии консультантов по сельскому хозяйству, должны подсчитать, является ли возведение иных культур более прибыльным. Информация о рыночных ценах за прошедший период времени важна для них, чтобы они могли принимать такие решения.

В других случаях хозяйства могут решить диверсифицировать свое производство и перейти к возделыванию новых культур, выгодно используя их особенности и получая новые рыночные возможности. Например, в Непале существование множества микроклиматов в горных районах означает, что культуры, которые в прошлом рассматривались как сезонные, фактически, могут выращиваться в том или ином месте в течение большей части времени года. Работая в тесном сотрудничестве с правительством Непала, проект ФАО определил рыночные возможности для различных сельскохозяйственных культур и сопоставил их со способностью различных районов осуществлять поставки в разное время года, по необходимости заменяя возделываемые сорта культур на новые.