

Санкт-Петербургский университет  
управления и экономики



Ю. Б. Кострова

**Анализ  
продовольственного  
рынка России**



РЯЗАНСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Рязанский институт экономики

**Ю. Б. Кострова**

**АНАЛИЗ  
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО  
РЫНКА РОССИИ**

*Монография*

Санкт-Петербург  
2014

УДК 339.13  
ББК 65.32  
К 72

*Рецензенты:*

д-р экон. наук, доцент **О. В. Чепик**  
д-р экон. наук, профессор **А. С. Калашников**

**Кострова Ю. Б.**

**К 72** Анализ продовольственного рынка России: монография. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. — 184 с.; ил.

ISBN 978-5-94047-686-3

Монография посвящена проблемам исследования продовольственного рынка РФ. В ней раскрываются основные понятия продовольственного рынка, рассматриваются вопросы формирования цивилизованного продовольственного рынка в России, предлагается методика проведения анализа продовольственного рынка с учетом его специфики. На основе предложенной методики проводится анализ рынков основных видов продовольствия в РФ.

Книга адресована студентам и магистрам экономических специальностей и направлений, руководителям и специалистам предприятий сферы АПК, а также аспирантам, занимающимся исследованием продовольственного рынка.

УДК 339.13  
ББК 65.32

ISBN 978-5-94047-686-3

© Кострова Ю. Б., 2014  
© СПбУУиЭ, 2014

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Рынок продовольственных товаров как экономическая категория .....</b>	<b>7</b>
1.1. Сущность и структура продовольственного рынка.....	7
1.2. Элементы рыночного механизма .....	11
1.3. Функции продовольственного рынка .....	19
1.4. Классификация и виды рынков .....	21
<b>Глава 2. Формирование продовольственного рынка .....</b>	<b>26</b>
2.1. Каналы и пути реализации продовольственной продукции в рыночных условиях .....	26
2.2. Формирование рыночной системы реализации продовольственной продукции в РФ .....	30
<b>Глава 3. Проведение анализа рынка продовольственной продукции.....</b>	<b>37</b>
3.1. Методология исследования продовольственного рынка .....	37
3.2. Сущность и порядок анализа продовольственного рынка .....	39
3.3. Система показателей, используемых для анализа продовольственного рынка.....	43
3.4. Анализ предложения .....	47
3.5. Анализ спроса.....	50
3.6. Анализ уровня и динамики цен.....	52
3.7. Анализ инфраструктурного обеспечения рынка ....	61
3.8. Анализ степени и способов государственного регулирования рынка .....	66
3.9. Прогноз развития рынка на перспективу.....	73
<b>Глава 4. Анализ рынка зерна и зернопродуктов в РФ .....</b>	<b>78</b>
4.1. Анализ предложения зерна и зернопродуктов .....	79
4.2. Анализ спроса на зерно и зернопродукты .....	84
4.3. Анализ уровня и динамики цен на зерно и зернопродукты .....	89
4.4. Анализ инфраструктурного обеспечения рынка зерна и зернопродуктов .....	93
4.5. Анализ степени и способов государственного регулирования рынка зерна и зернопродуктов .....	97

4.6. Прогноз развития рынка зерна и зернопродуктов.....	103
<b>Глава 5. Анализ рынка картофеля в РФ .....</b>	<b>106</b>
5.1. Анализ предложения картофеля .....	106
5.2. Анализ спроса на картофель.....	113
5.3. Анализ уровня и динамики цен на картофель .....	116
5.4. Анализ инфраструктурного обеспечения рынка картофеля .....	118
5.5. Анализ степени и способов государственного регулирования рынка картофеля .....	121
5.6. Прогноз развития рынка картофеля .....	124
<b>Глава 6. Анализ рынка молока и молочных продуктов в РФ .....</b>	<b>126</b>
6.1. Анализ предложения молока и молочных продуктов.....	126
6.2. Анализ спроса на молоко и молочные продукты ...	134
6.3. Анализ уровня и динамики цен на молоко и молочные продукты.....	136
6.4. Анализ инфраструктурного обеспечения рынка молока и молочных продуктов .....	139
6.5. Анализ степени и способов государственного регулирования рынка молока и молочных продуктов ....	143
6.6. Прогноз развития рынка молока и молочных продуктов .....	148
<b>Глава 7. Анализ рынка мяса и мясной продукции.....</b>	<b>151</b>
7.1. Анализ предложения мяса и мясной продукции... ..	151
7.2. Анализ спроса на мясо и мясную продукцию .....	160
7.3. Анализ уровня и динамики цен на мясо и мясную продукцию .....	163
7.4. Анализ инфраструктурного обеспечения рынка мяса и мясной продукции .....	167
7.5. Анализ степени и способов государственного регулирования рынка мяса и мясной продукции .....	170
7.6. Прогноз развития рынка мяса и мясной продукции .....	175
<b>Заключение .....</b>	<b>177</b>
<b>Библиографический список.....</b>	<b>180</b>

## Введение

Продовольствие относится к первым жизненным потребностям человека, от удовлетворения которых зависит сама его жизнь. Поэтому естественно, что в научных исследованиях огромное внимание уделяется обеспечению населения продовольствием. Подавляющее большинство исследователей определяет рынок продовольственных товаров в системе рынков приоритетным, поскольку его непосредственной целью является обеспечение потребителей разнообразными продуктами питания и формирование определенного уровня жизни населения.

Мера обеспеченности населения продовольственными товарами зависит от уровня развития агропромышленного комплекса: чем выше уровень их развития, при всех прочих равных условиях, тем выше и уровень благосостояния населения. Взаимосвязь производства и потребления бесспорна: производство является фундаментом потребления, а последнее — целью производства. Организационные аспекты функционирования агропродовольственного рынка требуют исследования явлений и процессов продвижения сельскохозяйственного сырья, готового продовольствия от производителя к конечному потребителю, которые в совокупности представляют собой систему рынка. Кроме основных участников рынка такая система органично сочетает налоговое и таможенное регулирование, международные экономические отношения, политику социальной защиты и охраны здоровья населения. Таким образом, продовольственный рынок является сложной системой социально-экономических отношений, требующей отдельного изучения.

На эту тему в последние годы проведены ряд серьезных исследований и опубликованы монографические работы по проблемам формирования и исследования продовольственного рынка как в целом по России, так и по отдельным ее регионам. В данной работе, опираясь на статистические данные министерств, периодических изданий и другие источники, была сделана попытка уточнить методику анализа продовольственного рынка, провести анализ рынков основных видов продовольствия (зерновые культуры, картофель, молоко

и мясо) в РФ и определить перспективы их развития. Работа, конечно, не претендует на охват всех аспектов столь глобальной проблемы, как исследование продовольственного рынка. В ней не ставились задачи решения проблем и определения путей развития продовольственного рынка. Здесь приводятся результаты почти двадцатилетнего труда автора в области исследования продовольственного рынка РФ, которые могут быть полезны студентам и магистрам агротехнологических вузов, могут представлять особый интерес для руководителей и специалистов предприятий сферы АПК, а также для аспирантов, занимающихся вопросами анализа продовольственного рынка.

# Глава 1

## РЫНОК ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

### 1.1. Сущность и структура продовольственного рынка

Рынок как экономическая категория является теоретическим выражением определенных общественных отношений. Существует множество определений рынка, каждое из которых характеризует ту или иную его сторону.

Рынок (market) — это совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуги) вступают в контакт друг с другом с целью покупки или продажи этого товара (услуги). Это многообразное и многоструктурное явление, подчиняющееся в своем развитии определенным экономическим законам. Действие рыночного механизма проявляется в сложных процессах, которые определяют состояние рынка, темпы его развития и основные пропорции.

Продовольственный рынок представляют собой органическую часть общенационального рынка. Как и в других секторах экономики, в агропромышленном комплексе действуют общие закономерности экономического развития. Более того, поскольку сельское хозяйство развитых стран является производством, представленным многочисленными и сравнительно небольшими предприятиями, действующими относительно автономно друг от друга, многие законы рыночного хозяйства проявляются в аграрной экономике в более чистом виде, чем в других отраслях. Учебники по макроэкономике часто иллюстрируются примерами сельскохозяйственного производства, многие видные отечественные и зарубежные экономисты начинали с исследований именно в аграрной экономике — например, Н. Кондратьев, В. Немчинов, Дж. Гелбрейт и другие.

Тем не менее, продовольственный рынок имеет целый ряд специфических особенностей, требующих их отдельного изу-

чения, а также и особых подходов к анализу, которые и будут рассматриваться в этой работе.

Продовольственный рынок — это целостная динамическая система рационального формирования и распределения продовольственных ресурсов первичной и вторичной переработки, обеспечивающая автоматическое согласование интересов производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства, а также достижение и поддержание необходимых качества и цены продукции.

Особенность продовольственного рынка состоит в том, что на нем реализуются товары первой жизненной потребности — продовольствие, имеющее важнейшее жизненное значение. Поэтому продовольственный рынок попадает в сферу не только экономических, социальных, но и политических интересов. Таким образом, продовольственный рынок качественно выделяется среди других рынков совокупностью реализуемых на нем товаров, которые объединятся в группы взаимозаменяемых продуктов питания:

1. Зерно и хлебопродукты.
2. Мясо и мясопродукты.
3. Молоко и молочные продукты.
4. Рыба и рыбопродукты.
5. Сахарная свекла, сахар и кондитерские изделия.
6. Картофель и картофелепродукты.
7. Овощи и овощепродукты.
8. Яйцо.
9. Семена и маслопродукты.
10. Фрукты и фруктопродукты.
11. Безалкогольные напитки.

Эти группы товаров составляют основу соответствующих продуктовых рынков, между которыми существует косвенная связь через единый платежеспособный спрос населения на продовольствие и определенную взаимозаменяемость в потреблении.

Продовольственный рынок объединяет рынок сельскохозяйственного сырья и готовых товаров — продовольствия. Рынок связан со всеми воспроизводственными стадиями в продовольственном хозяйстве, выполняющими свои определенные функции: производство формирует предложение, а потребление — спрос, распределение и обмен связывают потребление с производством. В товарном производстве рынок

устанавливает экономические связи между производителями, удовлетворяя их личные и производственные потребности.

В развитых странах рынок продовольствия представлен относительно большим числом фирм с высокой товарной дифференциацией. При этом четко выделяется группа фирм, занимающая доминирующее положение. Наряду с ценовой на рынке продовольствия большое значение имеет неценовая конкуренция, которую характеризуют интенсивная реклама, товарная дифференциация, а также улучшенное качество товаров и услуг.

В данной главе мы рассмотрим особенности функционирования рыночного механизма в агропромышленном комплексе.

Продовольственный рынок как система отношений товарно-денежного обмена состоит из субъектов, которые вступают между собой в экономические отношения по поводу владения, использования и купли-продажи объектов.

Субъекты сельскохозяйственного рынка:

- 1) домохозяйство — экономическая единица в составе одного или нескольких лиц, которая обеспечивает производство и воспроизводство человеческого капитала (заботиться о здоровье, воспитании, образовании); самостоятельно принимает решения, стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей; может являться собственником какого-либо фактора производства;
- 2) предприятие — экономическая единица, которая использует факторы производства для изготовления продукции с целью ее продажи; стремится к максимизации прибыли; самостоятельно принимает решения. Субъектами продовольственного рынка являются предприятия аграрного сектора экономики, предприятия пищевой промышленности, предприятия системы заготовки, хранения, переработки сельскохозяйственного сырья, коммерческие структуры, оптовая и розничная торговля, аграрные биржи и др.;
- 3) государство — правительственные учреждения, осуществляющие юридическую и политическую власть для обеспечения контроля над хозяйствующими субъектами и над рынком для достижения общих целей.

Специфика любого рынка в первую очередь определяется видом реализуемых на нем товаров, т. е. объектов рынка.

Объектами продовольственного рынка являются сельскохозяйственное сырье и продукция его переработки.

Продовольственный товар — это продукт, позволяющий удовлетворить физиологическую потребность человека в жизненной энергии, а также незаменимых веществах, что необходимо для обеспечения нормального функционирования его организма.

Субъекты рынка выступают на нем в качестве продавцов и покупателей, которые, по сути, являются рыночными партнерами с определенными правами и определенными обязательствами по отношению друг к другу и обществу в целом. Они вступают в различные по форме отношения между собой, цель которых для продавца — продать товар и получить прибыль, а для покупателя — купить товар и удовлетворить соответствующую потребность. Желание продавца получить максимальную прибыль и желание покупателя уплатить за товар минимальную цену уравниваются в соответствии с законом спроса-предложения.

Таким образом, функционирование продовольственного рынка определяется рядом условий:

- право собственности хозяйствующих субъектов на средства производства, землю, произведенные продукты, доходы;
- свобода выбора видов и форм деятельности для любого хозяйствующего субъекта;
- равноправие субъектов различных форм собственности;
- свобода ценообразования, при которой цена на продукцию, работы, услуги формируется на основе соглашения между продавцом и покупателем при минимизации государственного вмешательства;
- самофинансирование: каждый субъект рыночных отношений, обретая экономическую самостоятельность, должен сам покрывать финансовые расходы на свое существование и развитие;
- конкуренция: в рыночной экономике благодаря многообразию форм собственности и свободе хозяйственного поведения возникают и автоматически поддерживаются условия конкурентной борьбы;
- создание рыночной инфраструктуры: товарных бирж, системы оптовой и розничной торговли, маркетинговых организаций, фондовых и валютных бирж, финансовых институтов и т. д.

## 1.2. Элементы рыночного механизма

Любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на взаимодействии четырех основных элементов: цена, спрос, предложение и конкуренция. Рассмотрим их подробнее.

Цены и ценообразование являются одним из ключевых элементов рыночной экономики. Цена — сложная экономическая категория. В ней пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, общества в целом. В первую очередь это относится к производству и реализации товаров, формированию их стоимости, к созданию, распределению и использованию ВВП и национального дохода.

Цена играет первостепенную роль в системе рыночных отношений. Она представляет собой экономическую категорию, означающую сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар. С другой стороны цену можно охарактеризовать, как денежное выражение стоимости товара.

Функции цены отражают ее экономическую сущность, предназначение, роль в хозяйственной жизни, а также взаимоотношение с другими экономическими категориями и явлениями. Можно выделить пять функций цены.

1. Учетно-измерительная функция цены, или функция учета и измерения затрат общественного труда, определяется самой сущностью цены, т. е. являясь денежным выражением стоимости, цены показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Цена измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий и т. д. на изготовление товара, характеризует, с какой эффективностью используется труд. В конечном счете, цена показывает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

Однако в условиях рыночных отношений эту функцию цены нельзя сводить только к измерению издержек или цены, которая предлагается изготовителем товара при выходе последнего на рынок. Дело в том, что рыночная цена может под воздействием рыночных факторов значительно отклоняться от издержек. Признание правильности произведенных затрат, их общественной значимости происходит только на

рынке, при непосредственном контакте изготовителя и покупателя товара в результате столкновения их интересов. Интерес изготовителя состоит в том, чтобы получить большую выручку от продажи своего товара, а покупатель заинтересован в минимальной цене покупки. Поэтому окончательная цена может существенно отличаться от цены, которую хотел бы получить изготовитель товара.

В условиях же монополизированной экономики, деформированного рынка, слабой конкуренции изготовитель диктует цены, сдерживать рост которых может только административное регулирование.

Чтобы выдержать конкуренцию, изготовитель товара постоянно контролирует свои издержки, сопоставляет их с затратами конкурентов и за счет снижения своих затрат, а также улучшения качества товара стремится обогнать конкурентов. В этой функции цена выступает одним из главных показателей эффективности производства, а также служит средством исчисления всех стоимостных показателей, которые можно разделить на количественные и качественные. Количественные показатели — величина валового внутреннего продукта (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей и др. Качественные показатели — рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др.

2. Стимулирующая функция цены. Сущность ее выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее воздействие на производителя (и это принципиально важно) через величину заключенной в ней прибыли. В хозяйственной жизни цены могут способствовать или препятствовать увеличению или сокращению выпуска и потребления тех или иных товаров. С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать:

- научно-технический прогресс;
- экономию затрат ресурсов;
- изменение качества продукции;
- изменение структуры производства и потребления.

Стимулирование осуществляется путем повышенного уровня прибыли в цене, надбавок и скидок к основной цене. Стимулирующая функция характерна для рыночной цены, которая позволяет производителю выгодно реализовать свою продукцию.

3. Распределительная функция цены связана означает, что с помощью цены осуществляется перераспределение вновь созданной стоимости между:

- отраслями экономики;
- различными формами собственности;
- регионами страны;
- фондом накопления и фондом потребления;
- различными социальными группами населения.

Распределительная функция цены предусматривает также учет в цене акциза на отдельные группы товаров, налога на добавленную стоимость (НДС) и других форм централизованного чистого дохода, который поступает в бюджеты разных уровней на общегосударственные нужды. Благодаря этой функции цены решаются различные социальные задачи общества.

4. Функция сбалансирования спроса и предложения выражается в том, что цена — это один из важнейших инструментов для достижения равновесия между спросом и предложением.

Цена сигнализирует о появлении диспропорций в сферах производства и обращения и требует принятия необходимых мер по их преодолению. Цена служит гибким инструментом для достижения соответствия между спросом и предложением. При появлении диспропорций в развитии хозяйства, несоответствии между предложением и спросом равновесие между ними достигается либо увеличением (сокращением) производства товаров, либо путем роста (снижения) цены, либо и тем, и другим методами одновременно.

В условиях рыночных отношений цена в этой функции как бы играет роль стихийного регулятора общественного производства: сокращается производство товаров, не пользующихся спросом, а материальные и денежные ресурсы направляются на увеличение выпуска товаров, необходимых для рынка и пользующихся спросом.

Таким образом, цена, стимулирующая увеличение предложения при нехватке товаров и понижающая спрос при избытке товаров выполняет уравнивающую функцию между спросом и предложением.

5. Функция цены как критерия рационального размещения производства. Проявляется она в том, что с помощью ме-

ханизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая. Такой переток капиталов производится фирмами самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса. Только предприятие решает, в какую сферу деятельности, в какую отрасль или сферу экономики ему вкладывать свой капитал. Этому предшествуют глубокие маркетинговые исследования, т. е. изучение всех рыночных факторов, в том числе и цен.

Все названные функции цены взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, а в ряде случаев и вступают в противоречие. Так, стимулирующая функция цены усиливает функцию сбалансирования спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом. Однако цена может играть и дестимулирующую роль (при ее снижении), что приводит к сокращению предложения товаров. Это, в свою очередь, ведет к необходимости согласования спроса и предложения в том случае, когда предложение превышает спрос.

Распределительная функция цены тесно взаимодействует с функцией цены как критерия рационального размещения производства, способствуя переливу капиталов в те отрасли и секторы экономики, где предъявляется повышенный спрос на определенные товары и где складывается относительно высокая норма прибыли.

Учетная функция цены нередко вступает в противоречие практически со всеми остальными функциями, особенно со стимулирующей и распределительной функциями, а также с функцией сбалансирования спроса и предложения, так как в рыночных условиях под воздействием множества факторов цена довольно часто существенно отклоняется от издержек производства и реализации.

Основными категориями продовольственного рынка являются спрос и предложение, которые реализуются в процессе реализации товаров через оптовую и розничную торговлю. Именно соотношение спроса и предложения вызывает структурные сдвиги в производстве, влияет на уровень и динамику цен, способствует переливу капитала между сферами АПК (рис. 1).



Рис. 1. Схема функционирования и взаимосвязи элементов продовольственного рынка

Спрос (Demand) показывает, какое количество товара потребители хотят и в состоянии купить в определенный момент времени по определенной цене. Следует отметить важное условие: под спросом понимают только то количество товара, которое способен приобрести покупатель. Таким образом, мы всегда говорим о платежеспособном спросе.

Закон спроса — это закон зависимости величины спроса от уровня цен: обычно чем ниже цена товара, тем большее его количество будет куплено, и наоборот.

Предложение (Supply) — это количество товаров, которое предприниматели готовы представить к продаже по определенной цене в определенное время. Закон предложения выра-

жается в том, что, как правило, при прочих равных условиях, чем выше цена, тем больше величина предложения.

Взаимодействие спроса и предложения, их координация осуществляется на основе ценового механизма. Это приводит к образованию рыночного равновесия и равновесной цены (рис. 2).

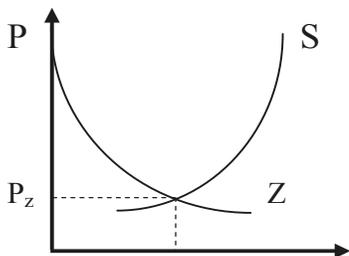


Рис. 2. Рыночное равновесие

Рыночное равновесие — это положение на рынке, при котором спрос на товар равен его предложению. Только при рыночном равновесии продавцы и покупатели готовы продавать и покупать одинаковое количество товара по одной и той же цене.

Равновесная цена — цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил.

Неотъемлемой формой рыночного процесса является конкуренция, т. е. соперничество между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров. Конкуренция выступает как внешняя сила, заставляющая товаропроизводителей обращаться «лицом к потребителю» и в этих целях повышать производительность труда, расширять производство, улучшать качество продукции, снижать ее издержки.

Конкуренция с точки зрения эффективного функционирования рынка выполняет следующие функции:

1. Регулирующую: воздействует на предложение товаров таким образом, чтобы оно максимально отвечало запросам потребителей.

2. Размещения: конкуренция обеспечивает концентрацию ресурсов и произведенных товаров там, где они могут обеспечить максимальную отдачу.

3. Инновационную и адаптационную: стремление к максимизации прибыли побуждает товаропроизводителей постоянно вкладывать средства в инновации и добиваться адаптации производства к имеющимся запросам потребителя.

4. Распределительную: распределяет ресурсы и произведенные товары по степени их дефицитности, т. е. чем более дефицитными они являются, тем больше цена на них.

5. Контролирующую: ни один продавец или потребитель не может добиться господствующего положения на рынке.

Существуют различные виды конкуренции.

В зависимости от ее формы конкуренция бывает внутриотраслевая и межотраслевая. Внутриотраслевая конкуренция представляет собой форму соперничества между товаропроизводителями одной и той же отрасли производства за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров. Межотраслевая — это конкуренция между производителями разных отраслей экономики. Равновеликие вложения в разных отраслях приносят разную прибыль, в силу этого между товаропроизводителями разных отраслей экономики происходит конкурентная борьба за наиболее выгодные сферы вложения капитала. Межотраслевая конкуренция вынуждает товаропроизводителей постоянно следить за альтернативными вариантами эффективного вложения капитала и своевременно менять набор видов продукции или даже вообще перефилировать свое производство.

По методам борьбы принято различать ценовую и неценовую конкуренцию. Сущность ценовой конкуренции состоит в том, что однородные виды продукции могут предлагаться на рынке по разным ценам. Снижение цены является той основой, с помощью которой продавец выделяет свою продукцию, привлекает к ней внимание. Неценовая конкуренция выдвигает на первый план улучшение качества продукции. Ее методами являются использование рекламы, маркетинговых разработок.

В зависимости от степени чистоты различают совершенную и несовершенную конкуренцию. Совершенная конкуренция характеризуется наличием большого количества независимых друг от друга товаропроизводителей, производящих одни и тот же товар. При этом каждый из них производит незначительное количество продукции по сравнению с ее общим объемом. При несовершенной конкуренции ее чистота нарушается либо дифференцированностью товара, либо небольшим количеством предпринимателей.

В чем же особенности проявления конкуренции в сельском хозяйстве? Прежде всего, как уже было упомянуто выше, сельское хозяйство ведется преимущественно небольшими предприятиями, которые в подавляющем большинстве случаев не могут монополизировать сектор. Иначе говоря, от-

носителем мелкие сельскохозяйственные производители не могут организовать какие-либо группы для воздействия на рынок, не говоря уже о том, что отдельный предприниматель не может достичь таких объемов производства, которые давали бы ему возможность оказывать определяющее воздействие на рыночные цены. На рынке сельскохозяйственной продукции всегда достаточно много продавцов для того, чтобы ни один из них не мог предложить такое количество продукта, которое заметно повлияло бы на цену.

С другой стороны, несмотря на существенное государственное вмешательство, вход и выход на сельскохозяйственные рынки в развитых странах достаточно свободны. В странах с развитой экономикой существует хорошо работающий рынок сельскохозяйственных земель, широко распространена ее аренда, существует ипотечный кредит, облегчающий приобретение основных средств. Все это означает, что каждый пожелавший начать сельскохозяйственное производство может получить основные ресурсы для этого. И, наоборот, каждый предприниматель, который осознал убыточность или недостаточную прибыльность своего хозяйства, может продать его без каких-либо юридических, институциональных или экономических ограничений. Правда, ниже мы будем говорить об иммобильности ресурсов в сельском хозяйстве, которая в определенной степени ограничивает свободный выход с рынка сельскохозяйственной продукции, но в долгосрочном аспекте этот барьер так или иначе преодолевается.

Таким образом, в аграрном секторе соблюдаются два основных условия совершенной конкуренции:

- 1) наличие на рынке большого количества продавцов, каждый из которых не обладает достаточным объемом предложения для влияния на цены;
- 2) свобода продавцов вступать на рынок и покидать его.

Поэтому мы можем заключить, что сельское хозяйство — это отрасль с совершенной конкуренцией, которая в других отраслях экономики достаточно редка.

Следует отметить, что данное утверждение справедливо (впрочем, с определенными оговорками) только для развитых стран. В развивающихся странах это не всегда так. Хотя количество продавцов на сельскохозяйственных рынках этих стран даже больше, чем на рынках развитых стран, так как, во-первых, выше удельный вес сельскохозяйственного насе-

ления (до 70%), и, во-вторых, сами крестьянские хозяйства значительно мельче. Однако неразвитость рынка продукции и ресурсов, и в первую очередь рынка земли, затрудняет, а порой делает и вовсе невозможным вход и выход на этом рынке. Кроме того, в развивающихся странах совершенной конкуренции препятствуют слабое и неравномерное развитие рыночной инфраструктуры, недоступность для производителей ценовой информации, и, как следствие, возможность для посредников легко наживаться за счет крестьян. Наконец, в экономиках развивающихся стран преобладают вне-рыночные связи (взаимопомощь крестьянских семей, когда, например, одна семья помогает другой в постройке дома, за что получает часть продукта, а также целый свод деревенских социальных норм общежития, позволяющих из года в год выживать всем членам деревни). Все это существенно отличается от рыночных механизмов регулирования.

### **1.3. Функции продовольственного рынка**

Суть рыночных отношений сводится к возмещению общественных затрат на производство на основе эквивалентности обмена и удовлетворению потребностей населения в продовольствии. Рынок стихийно уравнивает производство товаров и объем и структуру общественных потребностей в них. Через установление и изменение уровня цен на товары рынок регулирует производство по объему товаров и их структуре. В этом состоят основные функции продовольственного рынка.

Рассмотрим их более подробно.

1. Стимулирует рост эффективности агропромышленного производства благодаря эффективному распределению и использованию производственных ресурсов. Конкурентная рыночная экономика направляет ресурсы в производство тех товаров, в которых общество больше всего нуждается. Она диктует применение наиболее рациональных методов комбинирования ресурсов для производства и способствует разработке и внедрению новых, более совершенных технологий.

2. Выступает регулятором объема и структуры агропромышленного производства: рынок информирует товаропроизводителей о спросе на ту или иную продукцию и ее пред-

ложении, в соответствии с чем товаропроизводители определяют объем, ассортимент и рынок сбыта продукции. Таким образом, через продовольственный рынок происходит приспособление объема и структуры производства сельскохозяйственной продукции к объему и структуре общественных потребностей в ней. Информация рыночного спроса на объем и структуру продовольственной продукции поступает от ее потребителей через розничную торговлю, а также через перерабатывающие предприятия, легкую и пищевую промышленность, работающие на сельскохозяйственном сырье, а от сельхозпредприятий к предприятиям, выпускающим сельскохозяйственные машины и механизмы, минеральные удобрения и средства защиты растений, топливо и т. д., а далее к производителям сырья. Последние, реагируя на спрос, предлагают соответствующий объем и структуру промышленной продукции, т. е. средств производства и предметов труда, используемых в сельскохозяйственном производстве.

3. Обеспечивает признание общественного характера труда, затраченного в сфере обмена, т. е. уже после того, как продовольственная продукция произведена. Только на рынке обнаруживается, какие издержки являются общественно необходимыми и определяют величину стоимости товара.

4. Способствует улучшению качества продовольственной продукции. Продукция неконкурентоспособная, т. е. низкого качества, не пользуется спросом покупателей, следовательно, остается непроданной или будет реализована, но производитель понесет убыток.

5. Обеспечивает стабилизацию цен на продовольственную продукцию. Чрезмерно высокие цены приведут к сокращению спроса на продукцию, и она не найдет сбыта. С другой стороны, слишком низкие цены не обеспечат возмещение издержек производства на произведенную продукцию, она окажется для производителя убыточной. При определенном уровне соотношения между спросом и предложением продукции устанавливается определенное равновесие, в этом случае цена на нее становится равновесной.

6. Способствует снижению издержек производства продовольственной продукции. Продукция, произведенная с высокими издержками производства, естественно, будет иметь и высокую цену, возмещающую эти издержки, но она может не найти покупателей. Для того чтобы продукция была продана

с выгодой, рынок побуждает товаропроизводителей снижать издержки и, соответственно, цену.

7. Содействует ускорению научно-технического прогресса, так как только используя достижения науки и прогрессивные технологии можно увеличить производство продукции, улучшить ее качество и снизить издержки.

8. Выполняет санирующую функцию. В конкурентной борьбе не выдерживают экономически слабые, нежизнеспособные хозяйства, они разоряются, и, наоборот, эффективные и перспективные предприятия в рыночных условиях процветают. Рынок — наиболее объективный судья и самый демократический механизм отбора полезных обществу хозяйственных единиц, в результате чего непрерывно повышается средний уровень эффективности агропромышленного производства в целом.

9. Дает возможность производителям продовольственных товаров интегрироваться с системой международного разделения труда, позволяет им естественно вписываться в мирохозяйственную экономическую систему.

Перечень функций продовольственного рынка, в принципе, может быть продолжен. Кроме основных продовольственный рынок выполняет ряд вспомогательных функций, таких как складирование, хранение, транспортировка, переработка, распространение рыночной информации и т. д.

В конечном итоге рынок побуждает каждое предприятие независимо от формы собственности эффективно вести хозяйственную деятельность.

Таким образом, основные функции продовольственного рынка обеспечивают связи между всеми его субъектами.

## **1.4. Классификация и виды рынков**

По разным критериям классификации выделяются различные типы рынков:

1. По географическому положению: важным системным признаком является географическое место функционирования рынка, т. е. территория, которую он охватывает своими действиями.

По данному признаку можно выделить мировой рынок, рынок межгосударственных образований (ЕС, СНГ), внутрен-

ние рынки государства. В рамках внутренних рынков различают общенациональные, региональные и местные рынки.

Региональный рынок и его подсистемы — городской и сельский рынки ограничены рамками определенного территориально-экономического и административно-географического образования. Региональное деление в известной мере условно, поскольку границы рынка не всегда совпадают с административными или природно-географическими. Большой частью региональные рынки связаны между собой, хотя столь же часто между собой конкурируют;

2. По степени ограничения конкуренции выделяют следующие виды рынков, приведенные в табл. 1.

В данной классификации определяющим параметром является количество рыночных партнеров, которые различаются по принципу «много — несколько — один». Перебор различных комбинаций дает 9 типов рыночных структур.

*Таблица 1*

**Классификация рынков по степени ограничения конкуренции со стороны продавцов и покупателей**

<b>Покупатели</b>	<b>Много</b>	<b>Несколько</b>	<b>Один</b>
<b>Продавцы</b>			
Много	Совершенная конкуренция (полиполия)	Олигополия спроса (покупателей)	Монополия спроса (покупателей)
Несколько	Олигополия предложения (продавцов)	Двухсторонняя (взаимная) олигополия	Ограниченная монополия спроса (покупателей)
Один	Монополия предложения	Ограниченная монополия предложения	Двухсторонняя (взаимная) монополия

Полиполия — тип рыночной структуры, при которой на рынке определенного товара может действовать неограниченное количество продавцов и покупателей.

Олигополия — тип рыночной структуры, при которой несколько крупных фирм монополизируют производство и сбыт основной массы определенного вида товаров и ведут между собой преимущественно неценовую конкуренцию.

Монополия — тип рыночной структуры, при которой только одна крупная фирма, обладающая полным контролем над ценами, обеспечивает всех покупателей определенным видом товара.

Монополия — тип рыночной структуры, при которой существует монополия единственного покупателя определенного товара.

Следует отметить, что для большинства ситуаций при реализации сельскохозяйственной продукции характерен тип полиполии.

3. По отраслям: в данном случае критерием, лежащим в основе классификации рынков, лежит отрасль, в которой был произведен реализуемый товар.

Приведем пример такой классификации для сельского хозяйства (рис. 3).

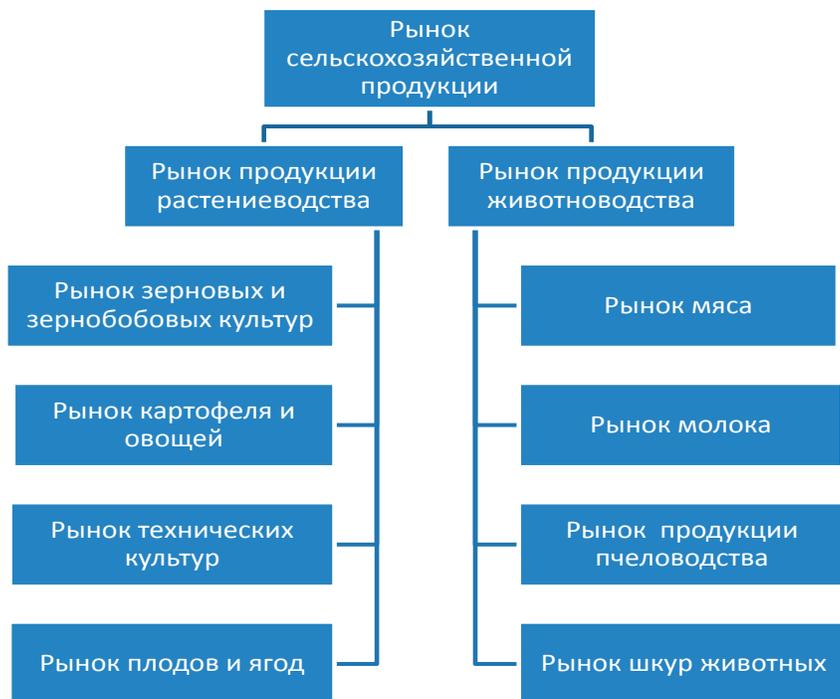


Рис. 3. Пример отраслевой классификации рынков в сельском хозяйстве

На нем рассмотрен ограниченный набор отраслевых рынков. В принципе такую классификацию можно значительно расширить. Например, рынок мяса можно далее разбить на рынки мяса КРС, свиней, овец, коз, птицы и т. д.

4. По характеру продаж: выделяют два основных типа — оптовый и розничный.

Под оптовым понимается такой рынок, на котором осуществляется купля-продажа крупных партий товара. Розничный рынок охватывает продажу ограниченных по размеру количеств товаров и услуг, предназначенных, как правило, для конечного потребления.

Масштабы использования оптовой торговли различны в различных отраслях сельского хозяйства. Например, основная часть зерновой продукции реализуется через оптовую торговлю. В других отраслях, например в картофелеводстве, сельхозпроизводители зачастую обходят оптовую торговлю и реализуют продукцию мелкими партиями непосредственно конечному потребителю.

5. По характеру продукции и конкурентному поведению фирм: по данному критерию на продовольственном рынке выделяют четыре вида рынков:

- рынок сырьевых продовольственных товаров: типичен для мукомольно-крупяной, сахарной и ряда других отраслей. Его характеризуют относительная однородность и стандартизованность продукции, реализация товаров крупными партиями;
- рынок продовольственных товаров высокой степени переработки: продукция, реализуемая в этой рыночной группе, относится к разряду неоднородной, высокодифференцированной. Это табачные и кондитерские изделия, консервы, обширный ассортимент готовых к употреблению продуктов. Высокая степень дифференциации товаров означает, что по каждому виду продукции имеется широкий набор подвидов, марок и сортов с различными характеристиками качества. Но чем выше на рынке заменяемость товара, тем сильнее конкуренция и меньше возможностей для ценовых приоритетов. Важнейшим орудием конкурентной борьбы на таком рынке являются реклама и различные способы маркетинговых коммуникаций. Рынок этого типа обычно является олигопольным с несколькими лидирующими

- фирмами. Барьеры, препятствующие вхождению на такой рынок, очень высоки;
- рынок относительно однородной продукции с низкой степенью переработки (мясные полуфабрикаты и свежее мясо, молоко, свежие плоды и овощи и т. д.). Доступ на рынок этой группы товаров относительно свободный, ценообразование осуществляется на основе, близкой к конкурентному рынку;
  - рынок продовольственного сервиса: он включает все типы и классы предприятий общественного питания — от небольших буфетов и закусочных до дорогих ресторанов. Этот рынок специфичен и неоднороден. В нем можно выделить несколько подгрупп с различным уровнем сервиса и с ценообразованием, варьирующим от свободного рыночного до олигопольного.

6. По степени регулирования: выделяют рынки свободные, функционирование которых определяется только действием рыночного механизма, и регулируемые, где государство воздействует на протекающие процессы. Как уже было отмечено, сельскохозяйственные рынки являются сферой особого государственного внимания.

## Заключение

Продовольственный рынок занимает одно из центральных мест в системе отраслевых рынков любой страны. Стратегия развития продовольственного рынка должна решать двуединую задачу: обеспечить высокий уровень жизни и благоприятную среду обитания сельских жителей, с одной стороны, и достижение продовольственной безопасности — с другой.

Приведенные выше исследования доказывают актуальность и важность проблемы изучения и прогнозирования развития продовольственного рынка. Информация о состоянии и развитии рынка, его закономерностях необходима, с одной стороны, для разработки государственной политики развития экономики, проведения социальных преобразований, контроля и воздействия на рынок, а с другой — для развития предпринимательства в стране.

За последнее время произошли серьезные изменения на продовольственном рынке нашей страны, которые повлекли за собой необходимость совершенствования подходов к его анализу. Современное состояние рынка продовольственных товаров характеризуется увеличением рыночных каналов сбыта. Развитие рыночных отношений в агропромышленном секторе идет по пути постепенной переориентации товаропроизводителей с реализации продукции заготовительным организациям на альтернативные каналы сбыта — продажу на рынках, через собственную торговую сеть и предприятиям общественного питания. При этом заметно теряют роль монополистов предприятия и организации, закупающие сельхозпродукцию.

Методология анализа продовольственного рынка должна отвечать требованиям развития социально-экономических отношений. В связи с этим следует обеспечить большую гибкость и мобильность в проведении анализа, расширить спектр применяемых методов.

Методы изучения рыночной конъюнктуры значительно усложнились, включая достижения математического, статистического и социально-экономического анализа. Поэтому возникает необходимость в проведении комплексного анали-

за рынка продовольственных товаров, методику которого мы и попытались предложить в данной книге.

Анализ современной ситуации на рынке продовольственной продукции позволяет сделать вывод о необходимости совершенствования системы реализации. Этого можно добиться путем формирования свободной конкуренции, информирования агропромышленных товаропроизводителей и оптовых покупателей, сокращения числа посредников между товаропроизводителями и потребителями.

Автором также неоднократно подчеркивалась необходимость и важность государственного регулирования продовольственного рынка. Действие рыночных механизмов в агропромышленной сфере нашей страны должно планомерно сочетаться с государственным воздействием.

При этом должны быть четко определены задачи федеральных, региональных и местных органов исполнительной власти, а координация работ должна осуществляться Министерством сельского хозяйства России в тесном взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти и общественными организациями.

Основной задачей органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации является развитие регионального продовольственного рынка, а задачей администраций муниципальных образований является создание необходимых условий для обеспечения населения качественными продуктами питания в первую очередь местного производства.

По мнению автора, в ближайшей перспективе огромное влияние на состояние продовольственного рынка РФ будет оказывать вступление в ВТО.

С одной стороны, вступление России во Всемирную торговую организацию является важным условием интеграции экономики страны в мировую экономическую систему и должно создавать условия для защиты интересов национальных товаропроизводителей на мировых рынках, а также способствовать развитию экспорта отечественных товаров, улучшению инвестиционного климата и доступу к современным технологиям. С другой стороны, сельское хозяйство России находится в относительно худших природных и экономических условиях по сравнению с основными странами — производителями продовольственных товаров, является низкоконкурентной отраслью экономики, где велики риски и низка инвестиционная привлекательность.

Вступление России в ВТО затрагивает интересы не только отечественных товаропроизводителей, но и потребителей продукции и государства в целом. Последствия вступления России в ВТО для продовольственного рынка страны и продовольственной безопасности должны быть тщательно проанализированы.

Все это свидетельствует о необходимости государственной поддержки агропродовольственного сектора экономики, формирования эффективной отечественной сбытовой системы и применения защитных мер в сфере оптовой и розничной торговли продовольственными товарами, координации усилий государственных и негосударственных организаций по обеспечению устойчивого развития агропродовольственного комплекса.

## Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120 «Об утверждении доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации».

2. Постановление Правительства РФ от 14 июля 2012 г. № 717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы».

3. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 02.08.2010 г. № 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания».

4. Концепция развития рынка зерна России на среднесрочную перспективу / Российский зерновой союз. М., 2010.

5. Проблемы государственного регулирования и поддержка агропромышленного комплекса: аналитический доклад комиссии по АПК Российского союза промышленников и предпринимателей. М., 2008.

6. Сельское хозяйство, охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России. 2013: стат. сб. / Росстат. М., 2013. 462 с.

7. Россия в цифрах. 2013: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2013. 573 с.

8. *Абалакин А. А.* Развитие картофелепродуктового подкомплекса (на материалах Центрального федерального округа): дис. ... канд. экон. наук. М., 2007. 159 с.

9. *Азаматова И. З.* Приоритеты развития регионального продовольственного рынка (на материалах Кабардино-Балкарской Республики): дис. ... канд. экон. наук. Нальчик, 2005. 184 с.

10. *Балашова Н. Н.* Теория и методология формирования стратегии интегративного роста зернопродуктового подкомплекса АПК: дис. ... д-ра экон. наук. Саратов, 2005. 320 с.

11. *Богер И. Б.* Информационно-методическая система маркетинга регионального продовольственного рынка // Проблемы современной экономики. 2012. № 2. С. 216–219.

12. *Васильева Е. В.* Формирование инфраструктуры современного агропродовольственного рынка: дис. ... д-ра экон. наук. Саратов, 2010. 373 с.

13. *Герасимов А. Н., Громов Е. И.* Регионально-отраслевые аспекты вступления России в ВТО // Экономика и предпринимательство. 2012. № 4. С. 26–31.

14. *Голубев Н. Н., Козлов А. А., Кострова Ю. Б.* Сельскохозяйственные рынки: учеб. пособие для с.-х. вузов. Рязань, 1998. 219 с.

15. *Гранкина С. В.* Анализ состояния российского рынка продовольственных товаров // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI в.: материалы II Международной научно-практической конференции (5 марта — 26 сентября 2012 г., Самара): в 2 ч. Ч. 2 / отв. ред. Е. Н. Шереметьева. Самара: Самарский институт (фил.) РГТЭУ, 2012. 392 с. С. 20–27.

16. *Громов О. Ю.* Государственное регулирование предпринимательской деятельности на агропродовольственном рынке: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2006. 174 с.

17. *Жерукова А. Б.* Рыночная парадигма формирования и развития кукурузопродуктового подкомплекса АПК: методология и практика (на материалах регионов Южного федерального округа): дис. ... д-ра экон. наук. Нальчик, 2006. 393 с.

18. *Завьялов П. С.* Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2007. 496 с.

19. *Захарченко В. А.* Совершенствование организационно-экономического механизма функционирования зернового подкомплекса в агроландшафтных зонах регионального АПК (на материалах Ставропольского края): дис. ... канд. экон. наук. Ставрополь, 2006. 200 с.

20. *Ибаев Р. К.* Формирование и развитие регионального продовольственного рынка АПК: на примере Республики Дагестан: дис. ... канд. экон. наук. Махачкала, 2009. 165 с.

21. *Ишкин Д. А.* Особенности формирования конъюнктуры рынка зернобобовых культур: на примере регионов Нижнего Поволжья: дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2006

22. *Киселева Е. Н., Власова О. В., Коннова Е. Б.* Рынок продовольственных товаров: учеб. пособие [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.rus.ec/b/176508/read>.

23. *Костина О. В.* Товарно-сбытовая политика предприятий АПК как эффективный инструмент в системе продоволь-

ственного обеспечения региона: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2009. 157 с.

24. *Кузьмичева М. Б.* Логистическая поддержка реструктуризации товародвижения на российском рынке мяса: дис. ... канд. экон. наук. М., 2006. 166 с.

25. *Курдюков С. И.* Институциональное проектирование развития российского сельского хозяйства. М.: Восход-А, 2008. 220 с.

26. *Москалев С. М.* Развитие конкурентного потенциала аграрных предприятий в процессе формирования регионального продовольственного рынка: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2010. 191 с.

27. *Наухацкая Т. Я.* Экономико-статистическое изучение и анализ ценовых процессов на разных уровнях пространственной агрегации: дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2004. 234 с.

28. *Нуралиев С. У.* Продовольственный рынок: проблемы становления и перспективы развития. Волгоград: Изд-во ВГУ, 2003. 280 с.

29. *Овчинникова О. А.* Формирование и организация эффективного функционирования и регулирования регионального мясного рынка (на примере Курской области): дис. ... канд. экон. наук. Курск, 2004. 161 с.

30. *Парамонов П. Ф.* Организационно-экономические проблемы адаптации сельскохозяйственных товаропроизводителей к рыночным условиям хозяйствования (по материалам Краснодарского края): дис. ... д-ра экон. наук. Краснодар, 2002. 549 с.

31. *Силаева Л. П.* Развитие рынка картофеля в Российской Федерации: дис. ... д-ра экон. наук. М., 2001. 316 с.

32. *Таранов П. М., Панасюк А. С.* Методические аспекты защиты продовольственного рынка России: установление приоритетов в условиях присоединения к ВТО. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ АПСН, 2011. 135 с.

33. *Чекрыгина Т. А.* Формирование и развитие рынка зернофуражной продукции (на примере Волгоградской области): дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2006. 223 с.

34. Сайт Федеральной государственной службы статистики РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>.

35. Сайт Министерства сельского хозяйства РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mcsx.ru>.

36. Интернет-журнал «Новое сельское хозяйство» [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.nsh.ru](http://www.nsh.ru).

37. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aris.ru>.

38. Новости агротехники, агрохимии, животноводства, растениеводства, переработки сельхозпродукции и т. д. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.agro.ru>.

39. Информационный сельскохозяйственный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusagribiz.com>.

40. Журнал «Агробизнес» [Электронный ресурс]. URL: <http://agbz.ru>.

41. Сайт Института исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ИТКОР) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.itkor.ru>.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Рязанский институт экономики

*Юлия Борисовна Кострова*

# Анализ продовольственного рынка России

*Монография*

Заведующий редакцией научной и учебно-методической  
литературы Издательства СПбУиЭ А. В. Блажко

Подписано в печать 30.04.2014 г.

Формат 60×841/16. Уч.-изд. л. 10,25. Усл. печ. л. 11,75.  
Гарнитура SchoolBook. Тираж 600 экз. Заказ № 054

Издательство Санкт-Петербургского университета  
управления и экономики  
198103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44  
(812) 448-82-50  
E-mail: izdat-ime@spbume.ru, izdat-ime@yandex.ru

Отпечатано в типографии ООО «РАЙТ ПРИНТ ГРУПП»  
198095, Санкт-Петербург, ул. ул. Розенштейна, д. 21

ISBN 594047686-4



9 785940 476863

# Санкт-Петербургский университет управления и экономики

Монография посвящена проблемам исследования продовольственного рынка РФ. В ней раскрываются основные понятия продовольственного рынка, рассматриваются вопросы формирования цивилизованного продовольственного рынка в России, предлагается методика проведения анализа продовольственного рынка с учетом его специфики. На основе предложенной методики проводится анализ рынков основных видов продовольствия в РФ.

Книга адресована студентам и магистрам экономических специальностей и направлений, руководителям и специалистам предприятий сферы АПК, а также аспирантам, занимающимся исследованием продовольственного рынка.

