



**Original Article: BASI TEORICHE E METODOLOGICHE PER L'OPERAZIONE
MERCATO DELLE PATATE**

Citation

Mayn V.V. Basi teoriche e metodologiche per l'operazione mercato delle patate. *Italian Science Review*. 2014; 7(16). PP. 100-104.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/july/Mayn.pdf>

Author

Viktor V. Mayn, Kherson State Agrarian University, Ukraine.

Submitted: June 24, 2014; Accepted: July 10, 2014; Published: July 11, 2014

Il mercato moderno è un segmento importante di patata mercato agricolo di Ucraina, di cui la ricerca viene effettuata utilizzando una varietà di complessi economia matematica moderne, economiche e tecniche e metodi di analisi a livello economico-statistici. Ma si dovrebbe migliorare le basi teoriche e metodologiche del funzionamento delle patate.

Mentre il mercato delle patate nella proposta presentata nella maggior parte del settore privato è importante che il servizio pubblico di mercato di commercializzazione di patate, focalizzata sul supporto informativo per i piccoli partecipanti al mercato a costo zero, e grandi aziende agricole - la conclusione del contratto, i cui termini variano a seconda della fase di sviluppo imprese e esperienza in questo segmento di mercato. Pertanto, stimiamo mercato delle patate condurre il seguente schema (Figura 1.).

Riteniamo necessario utilizzare la metodologia di ricerca analisi di mercato regime di patate per garantire mercato alimentare regionale proposto Dadashev B.A., Cheremisin S.G., Oblyvantsovym V. [1, p. 61-62], adattati e versione ampliata dei quali è illustrato nella fig. 2. Valutazione del mercato patate deve essere effettuato in due modi. Prima - analisi della

formazione e il funzionamento delle patate. Il secondo - le prospettive ragion d'essere. Per il primo vettore è necessario analizzare i seguenti fattori: prodotti competitivi; mercato conformità; quota di mercato; prezzi; livello di concentrazione del mercato, monopolizzazione e la competitività; condizioni di mercato; politica di marketing; attività.

Il prezzo di mercato delle patate è formata gradualmente sotto l'influenza di mercato e statali di regolamentazione (costo di patate, prezzo più basso, dei prezzi dei prodotti, il prezzo del marketing, margini commercio (prezzo all'ingrosso e al dettaglio), il prezzo del mercato consumer) [2, p. 59]. Prezzi sul mercato delle patate deve essere analizzato in termini di vendita all'ingrosso e al dettaglio, in termini assoluti e relativi. Patate Ricerca del mercato dovrebbero essere anche nel piano della sua valutazione di concentrazione del mercato, monopolizzazione e la concorrenza, permettendo di chiarire la tipologia di segmentazione del mercato e descrivere disponibili.

Riteniamo necessario analizzare mercato delle patate i principali indicatori delle condizioni di mercato. E, data la direzione di integrazione europea l'economia dell'Ucraina, è necessario tener conto

globali tendenze del mercato patate, concentrandosi sul suo orientamento investimenti e l'innovazione, in quanto crediamo che sia effettivamente alla base di questo aspetto della sua funzione. Pertanto, si consiglia di calcoli in settori fondamentali come indicatori dei prezzi, domanda e offerta; e un'analisi di investimento e di innovazione delle imprese, attori di mercato patate.

Importante e ora abbastanza problematico passo prestazione metodica di ricerca di mercato è quello di valutare la politica di commercializzazione di patate, che è determinata dalla bilancia commerciale, i cambiamenti nella struttura del commercio, l'esportazione e la dinamica dei prezzi all'importazione. Date le imperfezioni delle attuali condizioni di mercato riteniamo opportuno prestare particolare attenzione all'analisi dei canali di distribuzione lunghezza sui livelli, in quanto questo aspetto ha un impatto diretto sul costo delle merci e migliorare significativamente lo schema logistico per la sua attuazione. E di conseguenza, richiede uno studio dettagliato del rilevamento esistente e valutazione delle esigenze vegetali per nuovi.

Indicatore di saturazione del mercato, che riflette il grado di fornire ai consumatori con patate [3, p. 15], ha un ruolo importante per analizzare la situazione del mercato delle patate (equazione 1). Anche se alcuni studiosi ritengono che la determinazione più razionale da un esperto o utilizzando un budget di indagine campione: (1)

dove P - patate saturazione del mercato;

T_n scorte di tuberi a inizio anno - T_n ;

B - volume della produzione di patate;

Z - patate d'importazione;

F - Patate esportazione;

T_k - scorte di prodotti alla fine dell'anno.

Mercato della capacità di patate, che indica la quantità di merci che può essere realizzata (acquistato) nello stesso periodo, è necessario analizzare la scala regionale (equazione 2): (2)

E dove - patate di dimensioni di mercato;

S_i - numero di i-esimo gruppo di consumatori;

k - Tasso (coefficiente) consumo nel periodo di base o uso normativo di i-esimo gruppo di consumatori;

E_x - il coefficiente di elasticità della domanda sui prezzi e sui redditi;

P - la normale quantità di merci di riserva di assicurazione;

H - patate saturazione del mercato;

Z_f - deterioramento fisico della merce;

Z_m - obsolescenza delle merci;

A - forme alternative di esigenze del mercato, così come l'uso di sostituti;

C - la quota di concorrenti sul mercato.

Sulla base di un'analisi dei primi due vettori di mercato tecniche di analisi di patate, è necessario determinare la natura, la direzione e le tendenze delle condizioni di mercato, e di prevedere lo sviluppo futuro delle patate mercato. Considerando che gli studi di M. Odintsova [4, p. 65-68], che si basa la metodologia per l'analisi delle condizioni di mercato patata includono i seguenti approcci: complete, sistematiche, funzionali, l'integrazione, la riproduzione, la regolazione, dinamico, quantitativa e istituzionale. Tuttavia, riteniamo opportuno distinguere l'approccio adattivo, la cui essenza è la necessità di identificare i soggetti prontezza mercato delle patate di adattarsi alle mutevoli condizioni ambientali, massimizzando l'efficienza e l'efficacia delle operazioni.

L'analisi della formazione e il funzionamento delle patate deve essere effettuata per mezzo di economia matematica e metodi economico-statistica per gli indicatori quantitativi e qualitativi regime di "produzione - Deposito - Trasporto - Attuazione -. Consumo" I metodi di analisi dovrebbero includere una valutazione complessiva di mercato delle patate, che è fatto in due modi fondamentali. Prima - analisi della formazione e il funzionamento delle patate. Il secondo - le prospettive ragion d'essere. Sulla base di un'analisi dei primi due vettori

di mercato tecniche di analisi di patate, è necessario determinare la natura, la direzione e le tendenze delle condizioni di mercato, e di prevedere lo sviluppo futuro delle patate mercato. Metodi avanzati per analizzare la formazione e il funzionamento del mercato delle patate i principali indicatori delle condizioni di mercato isolando i criteri di valutazione degli investimenti e di innovazione delle imprese sottopone criteri di mercato della patata, quali la quota di innovazione orientata verso le imprese, il livello di attrattività degli investimenti del settore e il livello di fattibilità di progetti innovativi.

References:

1. B.A. Dadashev, S.G. Cheremisina, V.V. Oblyvantsov. 2012. Economic and financial mechanism of the regional food market: monograph. 362 p.
2. Khorunzhiy M.I. 2011. Problems pricing of agricultural products. Economy APC. P.57-61.
3. M.I. Dolshiny, V.I. Topikha, V.V. Bulyuk, V.A. 2006. Romanov. Ukraine Food Market in the aspects of WTO. 220 p.
4. Odintsov M. 2009. Formation and development of the market of animal products. 296 p.
5. Ulrich Kester. 2012. Fundamentals of the market analysis of the agricultural. 486 p.

$$P = T_n + B + Z - F - Tk \tag{1}$$

$$C = \sum_i^n (S_i * k * E_x) + P - (H - 3_\phi - 3_m) - A - C \tag{2}$$

Figura 1. Flow Chart analisi di mercato della patata

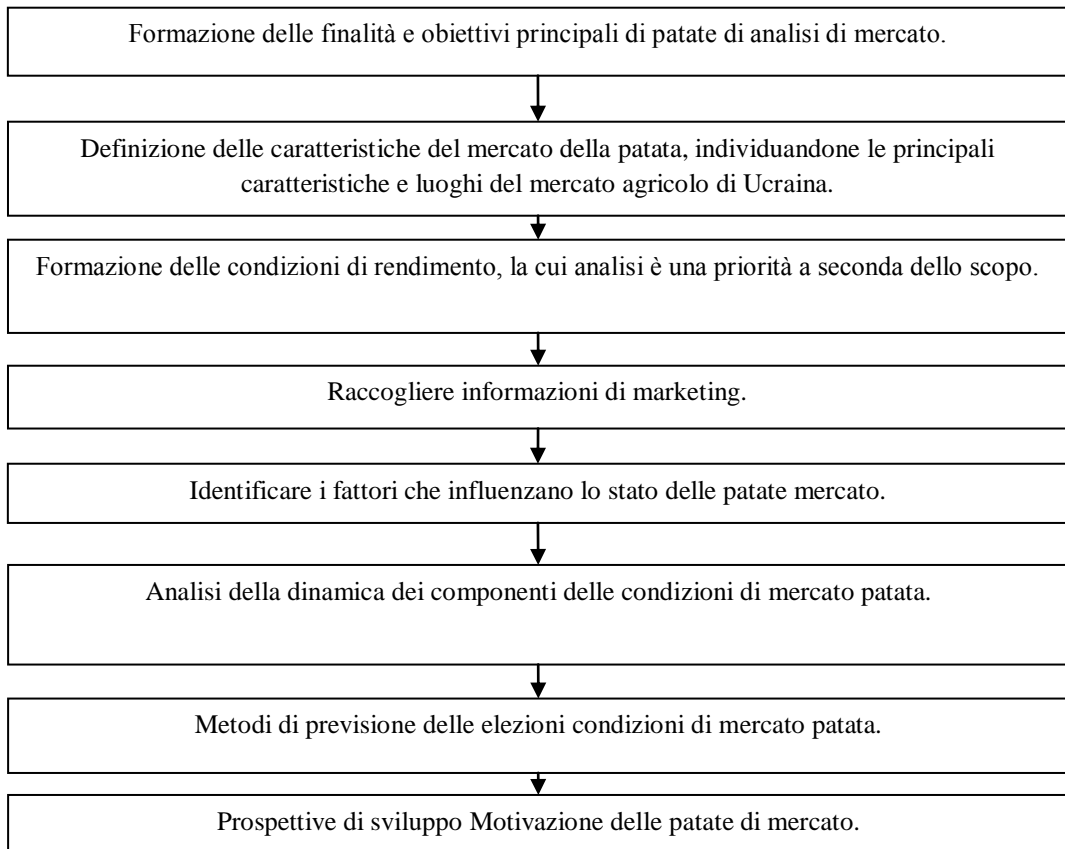


Figura 2. Valutazione Sostegno metodologico di formazione e il funzionamento di patate

