



РЫНОК МЕДА: ПРОБЛЕМЫ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И СПОСОБЫ ЕГО МИНИМИЗАЦИИ

Подготовили студентки 2 курса экономического
факультета
группы Эб 02\1404,
Антипова Анна и Толомушева Сезим.



План доклада-презентации:

- Введение;
- Характеристика российского рынка мёда;
- Оппортунистическое поведение на рынке меда;
- Способы его предотвращения;
- Вывод;
- Список источников.



ЗАДАЧИ:

анализ российского рынка меда, указать виды оппортунистического поведения на данном рынке;

ЦЕЛИ:

рассмотреть сущность оппортунистического поведения на примере российского рынка меда и выявить способы его предотвращения.

КЛЮЧЕВЫЕ

Е

СЛОВА:

оппортунистическое поведение, неблагоприятный отбор, моральный риск, рынок меда, фальсификация.



ВВЕДЕНИЕ

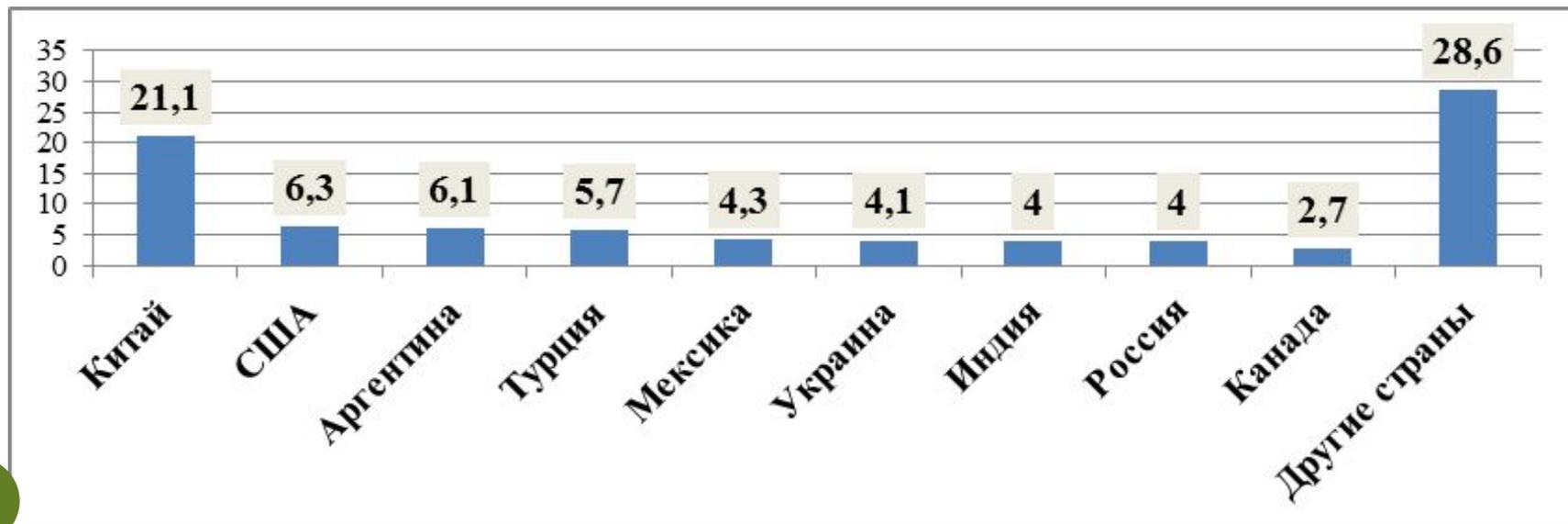
Мировой рынок мёда является одним из наиболее глобализированных рынков продовольствия: из производимых в мире 1,4 млн тонн мёда на экспорт отправляется около 400 тыс. тонн. Как известно, Россия является одним из крупнейших производителей мёда в мире, обеспечивая около 4% от общемирового объема производства мёда



Положение России на мировом рынке за 2010-2012 гг.

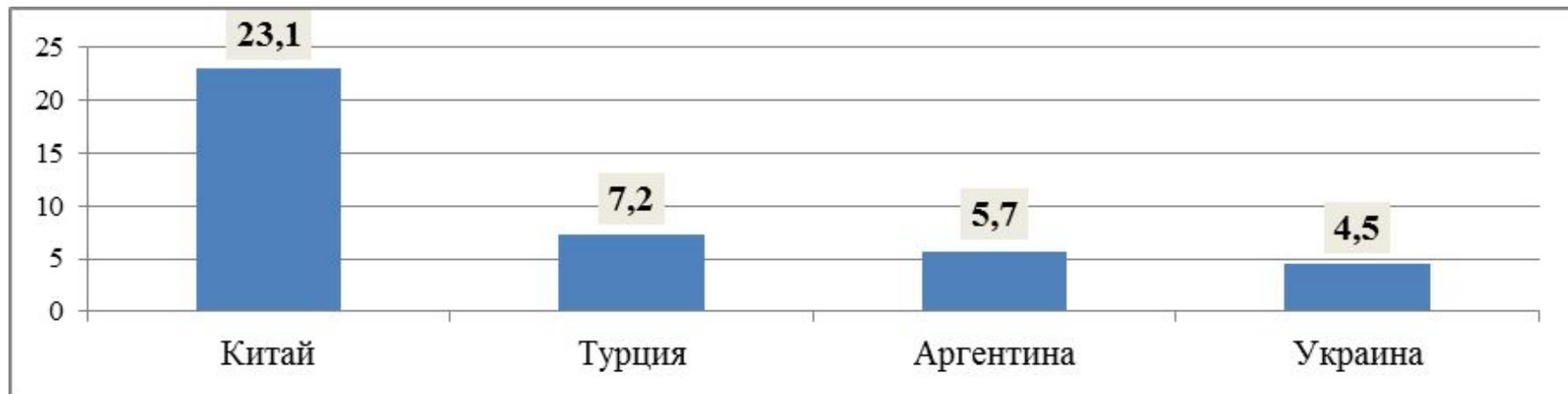
Показатели	2010	2011	2012
Количество семей пчел (млн. штук)	3,04	3,25	3,28
Производство меда (тыс. тонн)	51,5	60,0	64,8

Доли стран – ведущих производителей мёда от
общемирового объема производства за 2010 г., %





Доли стран – ведущих производителей мёда от общемирового объема производства за 2013 г., %



- Основным экспортером его долгое время был Китай. В конце прошлого десятилетия на эту страну приходилось 30% мирового производства данного продукта. Но Европа отказалась от китайского меда — слишком велико в нем содержание антибиотиков, а в другие страны, в том числе в Россию, китайский мед по-прежнему поставляется.



ТЕНДЕНЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

Наиболее распространенными в России являются:

- липовый мед
- гречишный мед
- акациевый мед
- одуванчиковый мед
- рябиновый мед
- дягилевый мед
- каштановый мед





ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Цена на мед складывается под влиянием следующих факторов:

- экологичность региона
- качество меда
- урожайность в текущем году
- вид меда.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ УПАКОВКИ

По виду упаковки различают:

- мед в сотах или раме (неупакованный)
- стеклянная банка
- керамическая упаковка
- деревянная упаковка
- пластмассовая тара

Преобладает стеклянная и пластмассовая упаковки.



Задачи рынка мёда

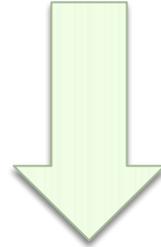
В основном российский рынок меда решает три основные задачи:

- обеспечение потребителя качественным товаром (например, для улучшения здоровья и т.д.),
- разработка эффективных методов продвижения и продаж собственной продукции,
- а также выход на перспективные рынки сбыта продукции.

Механизм рынка представляет такую возможность, однако в то же время специфика продажи меда обнаруживается в сохранении рынком признаков «прозрачности» и «неорганизованности».



Проблема «принципал-агент»



Принципал -
потребитель

Агент -
производитель

производители могут знать о некачественном состоянии меда, то есть его фальсификации, что целесообразно скрыть от покупателя (неблагоприятный отбор);

производитель не владеет информацией о состоянии здоровья покупателей, продавая им некачественный мед по высокой цене, тем самым рискует здоровьем потребителей (моральный риск).



Неблагоприятный отбор

Причины:

недостаток четкой информации о цене и качестве товара;

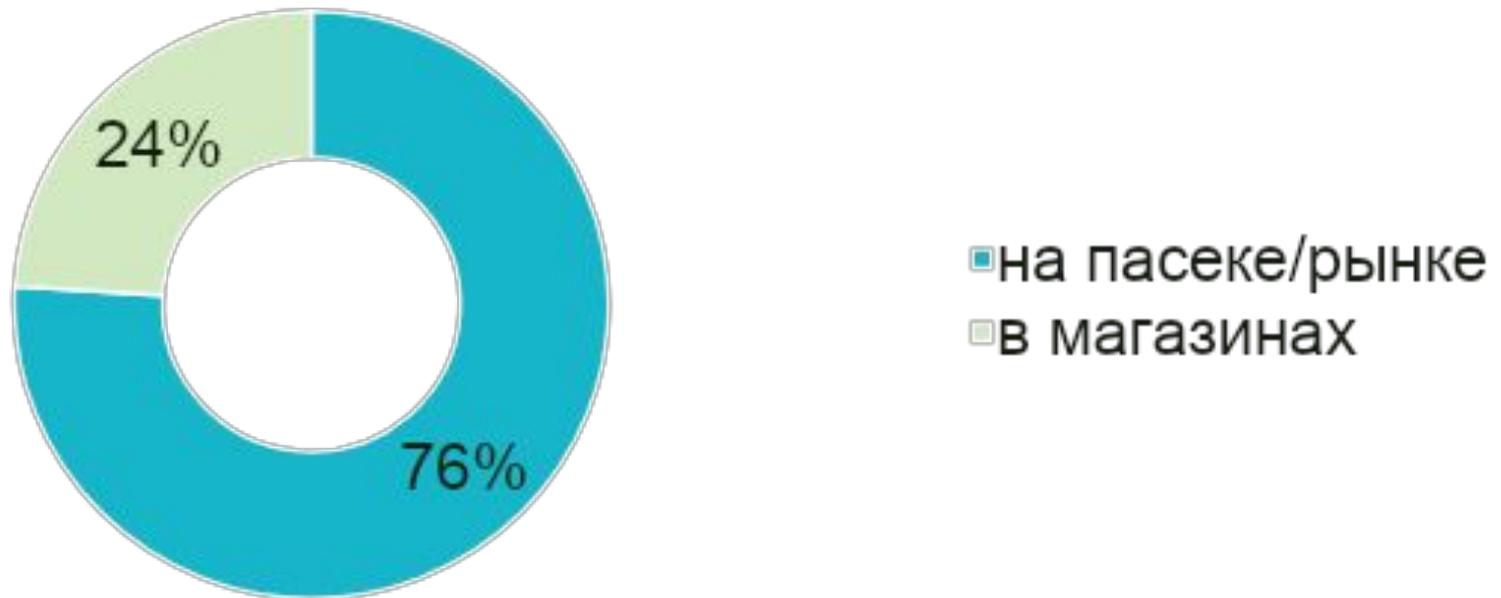
несоответствие между информацией о качестве меда, которая имеется у производителя, и информацией, доступной потребителю;

фальсификация меда;

однородность продукции



Результаты опроса



Сегодня практически для всех пчеловодов главное — прибыль, из-за чего покупателю трудно купить натуральный мед. На прилавках магазинов и рынков полно псевдопродукта с красочными этикетками «Натуральный мед».

Но действительно ли мы покупаем «Натуральный мед»?



Решение проблемы

увеличение перспективных рынков сбыта

применение дополнительных ограничительных мер

предложение базового закона

вступление в созданные союзы и ассоциации
пчеловодов-товаропроизводителей

необходимость регулярно информировать потребителей
о результатах контроля качества меда



МОРАЛЬНЫЙ РИСК

Противоречия, которые возникают в ходе функционирования рынка меда:

независимость качества меда от ее стоимости и количества покупателей;

столкновение интересов между системой стимулов и соотношением спроса и предложения (в ситуации, когда высокие цены на мед сохраняются даже при большом количестве поставщиков).

Моральный риск подразумевает скрытые действия в производстве имитации натурального меда, при помощи сиропов, стабилизаторов, красителей, ароматизаторов, антибиотиков и т.д.



Решение проблемы

введение дополнительных мероприятий по раскрытию информации о качестве товаров

внедрение программ, которые выявляют качество товара и после этого определяют ему цену

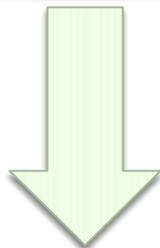
покупка меда у частных производителей и в больших торговых сетях

внедрение законодательных актов о борьбе с фальсификацией меда

объединенные усилия пчеловодов, поставщиков, лабораторий и всех других заинтересованных сторон



Проблема «принципал-агент»



Принципал -
производитель

Агент - поставщик

производители могут не знать о некачественном состоянии поставляемого меда, то есть его фальсификации (неблагоприятный отбор);

действия фальсификаторов ставят под удар интересы добросовестных пчеловодов и переработчиков меда, которые не могут продавать свою продукцию; страдает имидж меда, падает доверие потребителя (моральный риск).



Вывод

Главная проблема



Фальсификация меда

Расследованием случаев фальсификации меда в России должны заниматься не журналисты, частные лица и энтузиасты, а специалисты Роспотребнадзора и Россельхознадзора. Практическое отсутствие контроля качества меда в России заводит ситуацию на отечественном рынке этого продукта в тупик.



СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- ГОСТ Р 54644-2011
«Мед натуральный. Технические условия»;
- Васильев Н.И. Сохранение питательных качеств меда. // Пчеловодство. / -2014. -№7. С. 30-31;
- Виноградова Т.В., Зайцева Г.П. Фальсификация меда и способы их распознавания. // Пчела и здоровье человека. / -2011. -№3. С. 48-51;
- Одинцова М.И. Институциональная экономика., 2007;
- Официальный сайт Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО), электронный ресурс, [URL]:
<http://www.fao.org/home/ru/> ;



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**