Список контрольных вопросов для сбора исходной информации по состоянию рынков[[1]](#footnote-1)

### Какая информация о состоянии рынков необходима при проведении анализа исходной ситуации и прогнозировании вероятных последствий выбранного сценария?

Работа по сбору информации о состоянии рынков должна быть интегрирована в более широкие усилия по осуществлению ситуационного анализа, затрагивающего такие аспекты как первоочередные потребности населения, продовольственная безопасность, обеспечение кровом и средствами к существованию, предпочтения домохозяйств, политика властей и т.д.

Анализ доступной информации о состоянии рынков должен приводить к формированию четкого и всеобъемлющего понимания сиюминутного или “нормального” состояния рынков, которое является критическим для выбранного сценария.

К числу необходимых данных о состоянии рынков относятся следующие:

* Каковы характеристики критических рыночных систем?
* Как они структурированы?
* Как они могут потенциально отреагировать на выбранный сценарий?

Перед тем, как начать сбор и анализ информации о состоянии рынков, необходимо проверить, доступны ли какие-либо вторичные данные, и особенно отчеты об уже произошедших событиях, которые схожи с выбранным сценарием.

**Инструмент 5.1** поясняет процесс сбора и анализа информации и предлагает критерии для отбора рынков, которые являются критичными для выбранного сценария.

**Инструмент 5.2** поясняет, как составлять схемы рынков по анализу исходной ситуации, отображая в виде цепочки присутствующих на рынке игроков, их взаимодействие, а также то, как различные службы и объекты инфраструктуры поддерживают рынок и создают среду, которая влияет на его функционирование.

**Инструмент 5.3** предлагает список контрольных вопросов, которые могут быть использованы при работе в фокус-группах и организации интервью с представителями целевых групп населения, торговцами и основными информаторами. Информация, полученная из вторичных источников или же напрямую от заинтересованных сторон, поможет вам спрогнозировать, как выбранные сценарии могут повлиять на рынки.

## инструмент: первичный отбор рынков

**Цель**

Данный инструмент поможет вам:

* Определить, какие рынки являются критичными в условиях выбранного сценария.
* Выбрать рынок для анализа при разработке сценария.

### Как им пользоваться

Данный инструмент был разработан путем адаптации *Инструмента 1.2: Выбор критической рыночной системы*, который подробно рассматривается в **Главе 1: Оценка**. Для более подробного ознакомления с материалом, следует перейти к этой главе.

Первичный отбор рынков необходимо осуществить в рамках тематической встречи с участием группы заинтересованных сторон, которые обладают знаниями о местной ситуации и рынках. К участию в такой встрече необходимо пригласить не более 12 человек, включая сотрудников программы и представителей вспомогательных служб, добровольцев НО и, возможно, основных информаторов. Сначала следует провести мозговой штурм, чтобы составить список товаров народного потребления, услуг и возможностей получения дохода, которые являются жизненно-важными для целевых групп населения, которые в наибольшей степени страдали от ЧС в прошлом.

Отбор рынков для анализа в рамках разработки сценария должен основываться на следующих двух критериях:

* Важность той или иной рыночной системы для целевой группы населения
* Вероятность реализации и потенциальные последствия выбранного сценария для каждого рынка.

Чтобы оценить каждый из критериев в числовом выражении, следует каждому из них присудить баллы от 1 до 3 (от высокого к низкому). Для наглядности можно использовать следующую матрицу:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | **Важность рыночной системы** | | |
| *Низкая* | *Средняя* | *Высокая* |
| 1 | 2 | 3 |
| **Вероятность и потенциальные последствия** | *Высокая* | 3 | 3 | 6 | 9 |
| *Средняя* | 2 | 2 | 4 | 6 |
| *Низкая* | 1 | 1 | 2 | 3 |

### Другие факторы, которые могут учитываться при первичном отборе рынков таковы:

* *Совместимость с характеристиками организации (мандат организации, сфера компетенции и потенциал)*
* *Взаимодополняемость с государственными политиками и программами (присутствие, потенциал и охват).*

**ИНСТРУМЕНТ 2**: **СОСТАВЛЕНИЕ ПЕРВИЧНОЙ СХЕМЫ РЫНКОВ**

### Цель:

Этот инструмент поможет вам:

* Составить первичную схему рынков
* Сократить время, необходимое для выполнения анализа рынков и принятия решения по вариантам реагирования после ЧС
* Предсказать последствия потенциальной ЧС для критических рыночных систем в условиях заданного сценария.

### Как составить первичную схему рынков

Данный инструмент является адаптированным вариантом *Инструмента 1.4: Схема рынков*, описанного в **Главе 1: Оценка**. Основное внимание уделяется составлению первичных схем.

Первичные схемы рынков могут быть представлены графически тремя линейными компонентами: i) рыночная цепочка, ii) поддерживающая инфраструктура и услуги; iii) внешняя среда.

#### i) Рыночная цепочка

Важнейшей характеристикой любой схемы рыночных систем является “цепочка” различных рыночных игроков, которые продают, покупают или обмениваются товарами народного потребления по мере продвижения от первичного производителя к конечному покупателю. Рыночная цепочка позволяет выявить рыночных игроков и сферу их деятельности, взаимосвязи между ними, кто, кому и что продает и каким образом он это делает.

#### ii) Поддерживающая инфраструктура и услуги

Составление первичной схемы рынков позволит вам выявить наиболее значимые элементы инфраструктуры и сферы услуг и связать их с соответствующими пользователями внутри рыночной цепочки. Помимо этого, вы сможете понять роль, которую играет инфраструктура и сфера услуг в сохранении эффективности и доступности рыночной системы.

#### iii) Внешняя среда

Данный компонент процесса составления первичной схемы рынков охватывает правила, нормативные акты, проблемы и тенденции, которые имеют значительное влияние на рыночную среду, в которой действуют участники рынка.

Рыночная цепочка продажи риса в муниципальных округах Компостела и Новый Батаан



**‘Прогностические карты’** могут быть также полезны при планировании действий на случай ЧС. Они отображают те пост-кризисные изменения, которые, как ожидается, произойдут в рыночной системе. Прогностические карты должны учитывать ожидания участников рынка в отношении восстановления рыночного потенциала, планы правительственных и неправительственных организаций по реагированию на ЧС, а также потенциальные сезонные последствия для цен, производства, доступа и т.д. Составлять такие карты достаточно сложно, поскольку необходимо учитывать самую разную информацию и ожидания. Тем не менее, они могут оказаться полезны для понимания того, какого типа поддержка может потребоваться с течением времени. Более подробную информацию о том, как составлять схемы анализа исходной ситуации и прогностические карты, можно получить, изучив Инструмент 1.4.

## ИНСТРУМЕНТ 3: АНАЛИЗ ИСХОДНОЙ СИТУАЦИИ: СПИСКИ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ ДЛЯ ИНТЕРВЬЮ С ЦЕЛЕВЫМИ ГРУППАМИ, ТОРГОВЦАМИ И ОСНОВНЫМИ ИНФОРМАТОРАМИ

### Цель инструмента

Данный инструмент поможет вам понять:

* Рыночный спрос и его сезонность, в какой мере рассматриваемая группа населения зависит от состояния рынков, а также то, насколько велико несоответствие между потребностями людей и теми товарами и услугами, к которым они могут получить доступ на рынке.
* Потенциал рыночных предложений и потенциал торговцев по расширению товарной линейки (как быстро они могут это сделать, какова будет цена, и на какой период времени)
* Структуру рынка, уровень конкуренции и особенности функционирования.

### Как использовать инструмент

Данный инструмент следует использовать при организации дискуссий в фокус-группах, а также при проведении интервью с представителями целевых групп населения, торговцами и основными информаторами.

Чтобы сформировать репрезентативные группы из представителей целевых групп населения, необходимо связаться либо с местными властями, либо с основными информаторами, объяснить свои намерения, и попросить их пригласить 6-8 мужчин и женщин, которые хорошо понимают проблемы сообщества и все нюансы его жизни. Если в целевой группе населения есть представители разных по уровню жизни слоев, целесообразно проанализировать их ответы отдельно, поскольку они могут пользоваться рыночными возможностями по-разному. Помимо этого, не следует забывать о таких аспектах, как гендерная и этническая динамика и, в случае необходимости, проводить отдельные дискуссии в фокус-группах

С торговцами можно также провести отдельные интервью или дискуссии в фокус-группах. Если выбрана форма интервью, следует опросить, по меньшей мере, трех или четырех торговцев каждого типа в каждом регионе. При работе с крупными торговыми организациями или оптовиками проведение индивидуальных интервью предпочтительнее. В данном случае, скорее всего, вам удастся побеседовать лишь с немногими (одним или двумя) крупными торговцами в каждом регионе. Если выбрана форма работы в фокус-группах, следует сформировать максимально однородные группы, разделив их по типологии торговцев. При этом, в каждую из них следует включить 8-10 участников. Рекомендуется провести, как минимум, одну дискуссию с группой каждого типа в каждом регионе.

К числу основных информаторов можно отнести представителей органов власти, рыночных управляющих, руководителей предприятий сельского хозяйства и т.д. Каждый из них обладает широкими знаниями по определенным вопросам и, как правило, небольшими знаниями по другим. Перед каждым интервью необходимо корректировать списки контрольных вопросов, исходя из ситуации. Очень важно создать открытую атмосферу дискуссий, направленную на максимально подробное рассмотрение поставленных вопросов, а также учитывать такие аспекты, как гендерная и этническая принадлежность, предоставление защиты и обеспечение безопасности. Выбор вопросов должен определяться спецификой респондентов, а также кругом знаний основных информаторов.

### Список контрольных вопросов для целевых групп населения

#### Доступ к рынкам и зависимость от их состояния

* Какие объемы важнейших товаров народного потребления доступны или продаются на рынке? Каков спрос на труд (например, число дней/месяцев) на рынке?
* Каково качество товаров народного потребления, продающихся на рынке, к которым домохозяйства имеют доступ?
* Каковы закупочные и розничные цены на основные товары народного потребления? Каковы ‘средние’ зарплаты? Существует ли понятие минимальной зарплаты?
* Какая доля основных товаров народного потребления доступна на рынке? (укажите процентное соотношение)
* Какая доля дохода домохозяйств, как правило, формируется от продажи товаров народного потребления на рынке или за счет продажи собственного труда? (укажите процентное соотношение)
* Имеют ли домохозяйства возможность доступа к необходимым объемам денежных средств или могут ли получать необходимый доход от рыночной деятельности? Если нет, то почему?
* Каковы ‘обычные’ процедуры выплаты заработной платы и какова частота таких выплат?
* Могут ли домохозяйства получить доступ к кредитам (формально или неформально) и от кого? Каковы условия получения кредита (объемы, продолжительность займа и процентные выплаты)?
* Могут ли домохозяйства рассчитывать на социальную поддержку, например займы, переводы денежных средств, и т.д.?

#### Физический доступ к рынкам

* К каким торговым площадкам/поставщикам/рабочим местам имеют доступ домохозяйства?
* Поясните динамику доступа домохозяйств к торговым площадкам/поставщикам/рабочим местам (расстояние, транспортные средства, стоимость и продолжительность поездки, частота посещений).
* Имеет ли какая-либо социальная группа (гендерная, возрастная, этническая, и т.д.) ограниченный доступ к рынку (возможностям трудоустройства)? Почему?

#### Предпочтения

* Каковы предпочтения домохозяйств в отношении типа и/или качества товаров народного потребления?

### Список контрольных вопросов для торговцев

#### Характеристики торговцев

* Опишите типологию торговцев.
* Какие товары народного потребления/услуги они продают?
* Кто их покупатели? Откуда они? Меняются ли покупатели в зависимости от сезона?

#### Практические механизмы осуществления поставок

* Когда, где и от кого торговцы покупают товары народного потребления? Каково происхождение этих товаров?
* Какие объемы товаров торговцы покупают сегодня/ в “обычное” время?
* Занимают ли торговцы деньги, чтобы приобрести товары народного потребления, которые они продают? Если да, то на каких условиях (сколько, от кого, когда, процентная ставка, сроки погашения займа)?
* В какие месяцы закупочные цены выше? Ниже?

#### Уровень конкуренции

* Какое количество торговцев продают одни и те же товары народного потребления в данном регионе?
* Все ли торговцы имеют торговые предприятия одного масштаба?
* Могут ли покупатели торговаться по цене?
* Каким образом торговцы устанавливают цену на те товары, которые они продают?

#### Организация продаж

* Каков объем продаж в разные месяцы года (в ‘обычное’ время)?
* Какова розничная цена на основные товары народного потребления?
* Дают ли продавцы кредиты своим покупателям? Если нет, то почему? Если да, то когда, кому и на каких условиях?

#### Доступ к инфраструктуре / услугам

* Как торговцы обычно перевозят товары народного потребления на склады и/или рынки (права собственности на транспортные средства, цены, расстояния, время, надежность)?
* Какими возможностями хранения товаров обладают торговцы?
* Когда и на какой период времени торговцы хранят товары народного потребления?
* Где они их хранят и сколько за это платят?
* Какую технологию используют торговцы/ и с какими из них они знакомы?
* Имеют ли торговцы доступ к формальным или неформальным банковским услугам?

### Список контрольных вопросов для основных информаторов

* Какие товары и услуги являются жизненно важными для обеспечения средствами к существованию наиболее уязвимых категорий граждан?
* Как они обычно получают доступ к этим товарам и услугам?
* В какой степени их доступ к товарам и услугам зависит от рыночной ситуации?
* Кто относится к числу наиболее влиятельных рыночных игроков? Как они взаимодействуют друг с другом?
* Могут ли торговцы удовлетворить повседневный спрос? Есть ли какие-либо сезонные изменения?
* Смогут ли торговцы удовлетворить повышенный спрос? На каких условиях?
* Достаточно ли количество покупателей/продавцов для обеспечения конкуренции и ограничения риска возникновения ценовых диспропорций?
* Каковы обычные уровни цен? Как они меняются?
* Какая инфраструктура и какие услуги важны для обеспечения эффективной работы рынков?
* Какие внешние факторы влияют на рынок?

1. Предлагаемые инструменты были заимствованы из Руководящих указаниях по маркетинговому анализу, КК/КП 2013. [↑](#footnote-ref-1)