

Сова А. В., Хаустова Г. И.

[РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОДСОЛНЕЧНИКА](#)

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/9/49.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

[Альманах современной науки и образования](#)

Тамбов: Грамота, 2009. № 9 (28). С. 140-143. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/9/

[© Издательство "Грамота"](#)

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ности, законы. А при описании системы, прежде всего, формулируются её законы, закономерности, далее принципы и пр.

Выводы

1. Основное требование, предъявляемое познанию, есть истина. Теория познания - руководство к правильному применению основных предположений науки с целью её развития. Каждая истина является системой, обладающей свойствами систем.

2. Для эффективного исследования и моделирования процессов и систем необходимо чётко определиться с иерархией и применением таких категорий как: законы, принципы, закономерности, критерии и прочие. Состав системы «Категории» и её структура не общепризнанны. Общепризнанны некоторые исходные принципы ее построения. Которые, по сути, есть свойства любой системы.

3. Иерархия категорий меняется в процессе познания в зависимости от этапа этого процесса.

Список литературы

1. **Соболева И. В.** Принципы построения системы моделирования комплекса задач исследования сложной системы // Проблемы развития АПК: сборник научных трудов. СПб.: СПГАУ, 2005. С. 362-365.
2. **Соболева И. В.** Система критериев и методики исследования рынков // Системный анализ в проектировании и управлении: сборник научных статей. СПб.: СПбГПУ, 2009.
3. **Соболева И. В., Чеплагина Н. В.** Исследование факторов влияния на развитие бизнеса и его безопасность // Научно-технические ведомости СПбГПУ: сборник научных трудов. СПб.: СПбГПУ, 2007. С. 139-144.
4. **Соболева И. В.** Рынок кредитования в Российской Федерации // Научное пространство – Европа: сборник научных статей по материалам Междунар. научно-практич. конференции. София: Бял ГРАД-БГ ООД, 2008. Т. 1. С. 91-94.
5. **Соболева И. В.** «Стратегии развития рынка общественного питания Санкт-Петербурга // Современное экономическое и социальное: проблемы и перспективы. Ученые и специалисты Санкт-Петербурга и Ленинградской области – Петербургскому экономическому форуму 2008 г.: сборник научных статей. СПб.: ПГУПС, 2008. Ч. 2. С. 319-322.
6. **Соболева И. В., Соболев А. Л.** Рынок земли РФ // EFEKTIVNÍ NÁSTRJE MODERNÍCH VĚD 2008: материалы IV международной научно-практич. конференции. Praha: Education and Science, 2008. Т. 6. С. 64-67.
7. **Соболева И. В.** Сфера образования Санкт-Петербурга и Ленинградской области: общероссийские и региональные тенденции // Формирование университетских комплексов - путь стратегического инновационного развития образовательных учреждений: сборник научных статей. СПб.: РИО СПГУСЭ, 2008. С. 19-23.
8. **Соболева И. В.** Особенности рынка труда Ленинградской области // Известия Международной академии аграрного образования. СПб.: Аргус, 2008. № 6. Т. 2. С. 62-65.

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОДСОЛНЕЧНИКА

Сова А. В., Хаустова Г. И.

ФГОУ ВПО «Воронежский государственный аграрный университет имени К. Д. Глинки»

Одним из важнейших сегментов продовольственного рынка страны является рынок подсолнечника. Рынок подсолнечника привлекателен благодаря относительно высокой экономической эффективности этой культуры. Маслосемена подсолнечника имеют устойчивый спрос в любое время года во всех регионах страны, что свидетельствует об их высокой ликвидности и экспортной привлекательности. В последние годы на рынке подсолнечника наблюдается переориентация с экспорта маслосемян подсолнечника на их переработку отечественными заводами, что стало возможным в связи с увеличением производственных мощностей по переработке подсолнечника и проведением протекционистской политики государством.

Благоприятная погода в сельскохозяйственном сезоне 2008 года создала предпосылки для увеличения предложения сырья на рынке и снижения цен производителей. Рынок подсолнечника со стороны спроса характеризуется довольно высоким уровнем конкуренции. При этом основными потребителями подсолнечника в регионе являются 9 крупных перерабатывающих маслосемена предприятий (Таблица 1).

Спецификой рынка является появление в последние несколько лет крупных субъектов рынка, представленных вертикально-интегрированными финансово-промышленными группами и холдингами ("Эфко", "Юг Руси", "РусАгро", "Астон", "Русская Бакалея"), которые проводят политику поглощения существующих заводов по переработке подсолнечника, что ведет к повышению уровня концентрации субъектов на рынке подсолнечника и ослаблению конкурентной среды.

Таблица 1.

Доля регионального рынка основных производителей растительного масла

Торговые марки растительного масла	Производители	Доля регионального рынка, %
"Золотая семечка"	ООО "Золотая семечка" (АПГ "Юг Руси")	12,0
"Злато"	ООО "Лабинский МЭЗ"	11,3
"Олейна"	ООО "Бунге СНГ"	9,6
"Слобода", Altero	ОАО "Эфко"	7,9
"Милора"	ООО «Валуйский комбинат растительных масел»	7,1
"Филевское"	ОАО «Краснодарский экспериментальный масло-завод»	6,6
"АВЕДОВЪ"	ОАО МЖК "Краснодарский"	6,0
"Natura"	ЗАО "Невиномысский МЭЗ"	4,7
"IDEAL", "Girol "	Molinos Rio de la Plata S.A.	4,2
другие	-	30,6
Всего	-	100,0

В настоящее время рынок подсолнечника представляет собой слабоорганизованную и слабоуправляемую систему.

Рассматривая основные направления развития спроса на растительное масло, можно отметить, что в последние годы на российском рынке, как и на мировом, устойчиво растет спрос на растительное масло. Основным маслом на внутреннем рынке России (в том числе рынке Воронежской области) является подсолнечное (69%). Увеличивающийся спрос на соевое (16%), пальмовое (9%) и кокосовое (2%) масла поступает, в основном, со стороны промышленных производителей, а так же другие масла, на долю которых приходится 4%.

Производство растительного масла в 2007 году составило около 2,7 млн. тонн. Из них более 90% пришлось на подсолнечное масло. В настоящее время объем рынка растительного масла в натуральном выражении составляет 2900 тыс. тонн, или около 3150 млн. литров, что в денежном выражении около 5,5 млрд. долл. США.

Среднедушевое потребление растительного масла в России находится на уровне 10,5 кг в год, что ниже рациональной нормы потребления на 28,5%. По Воронежской области аналогичный показатель, имея ту же тенденцию изменения, превосходит общероссийский уровень потребления растительного масла в расчете на душу населения и составляет 11,5 кг в год.

Основными тенденциями развития рынка подсолнечного масла являются:

- увеличение объемов потребления подсолнечного масла;
- увеличение цен на готовую продукцию;
- увеличение объемов потребления нетрадиционных для России растительных масел (пальмового, кокосового, оливкового и т.д.).

Производителям целесообразно выбирать перерабатывающие предприятия региона с учетом минимизации затрат на транспортировку маслосемян в целом по области. С географической точки зрения, с учетом природно-климатических условий и местоположения перерабатывающих предприятий целесообразно выделить следующих сырьевых зон.

Приведенные данные отражают баланс интересов производителей маслосемян и переработчиков. Очевидно, что основным инструментом конкурентной борьбы переработчиков будет ценовая политика перерабатывающих предприятий.

Наиболее крупным перерабатывающим предприятием является производственный комплекс Каргилл, поэтому необходимо учитывать, что он сможет проводить агрессивную ценовую политику, так как будет обладать значительно более высокой производственной мощностью и иметь более низкий уровень себестоимости переработки подсолнечника.

Так же существует проблема определения соотношения уровней закупочных цен на подсолнечник, устанавливаемых перерабатывающими предприятиями региона. Анализ рынка подсолнечника требует учета уровня его конкурентности и конъюнктуры.

В качестве показателя уровня конкурентности рынка, как со стороны предложения, так и со стороны спроса используются индекс Герфиндаля - Гиршмана (НИ) и коэффициент рыночной концентрации (CR-3).

Коэффициент рыночной концентрации (CR-3) показывает долю объема реализации крупнейших продавцов в общем объеме реализации товара.

Коэффициент Герфиндаля – Гиршмана показывает, какое место, долю на данном рынке занимают более мелкие субъекты, есть ли предпосылки при данной структуре рынка для противодействия более мелких субъектов силе крупнейших.

Центральная зона		Южная зона	
ОАО "ЗРМ Бобровский"	ОАО "ЗРМ Бутурлиновский"	ООО "ЗРМ Кантемировский"	ОАО "ЗРМ Россошанский"
Бобровский	Воробьевский	Богучарский	Россошанский
Бутурлиновский	Бутурлиновский	Кантемировский	Ольховатский
Таловский			
Северо-восточная зона	Западная зона	Восточная зона	Северо-западная зона
ОАО "ЗРМ Аннинский"	ОАО "ЗРМ Лискинский"	ОАО "ЗРМ Новохоперский"	Каргилл
Таловский	Бобровский	Борисоглебский	Богучарский
Аннинский	Богучарский	Поворинский	Калачеевский
Борисоглебский	Россошанский	Новохоперский	Верхнехавский
Терновский	Ольховатский		Верхнемамонский
Калачеевский	Каменский		Каширский
Грибановский	Лискинский		Нижедевицкий
	Острогожский		Новоусманский
	Павловский		Панинский
	Петропавловский		Рамонский
	Подгоренский		Репьевский
			Семилукский
			Хохольский
			Эртильский
Центральная зона		Южная зона	
ОАО "ЗРМ Бобровский"	ОАО "ЗРМ Бутурлиновский"	ООО "ЗРМ Кантемировский"	ОАО "ЗРМ Россошанский"
Бобровский	Воробьевский	Богучарский	Россошанский
Бутурлиновский	Бутурлиновский	Кантемировский	Ольховатский
Таловский			
Северо-восточная зона	Западная зона	Восточная зона	Северо-западная зона
ОАО "ЗРМ Аннинский"	ОАО "ЗРМ Лискинский"	ОАО "ЗРМ Новохоперский"	Каргилл
Таловский	Бобровский	Борисоглебский	Богучарский
Аннинский	Богучарский	Поворинский	Калачеевский
Борисоглебский	Россошанский	Новохоперский	Верхнехавский
Терновский	Ольховатский		Верхнемамонский
Калачеевский	Каменский		Каширский
Грибановский	Лискинский		Нижедевицкий
	Острогожский		Новоусманский
	Павловский		Панинский
	Петропавловский		Рамонский
	Подгоренский		Репьевский
			Семилукский
			Хохольский
			Эртильский

Схема 1. Сырьевые зоны основных предприятий региона, занятых переработкой подсолнечника, с учетом минимизации затрат на транспортировку сырья

Нами был рассчитан индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана как сумма квадратов долей, занимаемых на рынке всеми действующими на нем продавцами. Коэффициент рыночной концентрации (CR-3) показывает долю объема реализации крупнейших продавцов в общем объеме реализации товара.

Нами были рассчитаны оба показателя, анализ которых показал что со стороны предложения рынок подсолнечника характеризуется равномасштабным присутствием производителей и является неконцентрированным и совершенно конкурентным рынком на всех прогнозируемых этапах развития (НИИ=420; CR-3=20.1).

Со стороны спроса отмечается тенденция изменения конкурентной среды от умеренного уровня концентрации до высокого (НИИ=1653; CR-3=69). В этой связи можно прогнозировать существенное повышение влияния перерабатывающих предприятий на формирование сырьевых цен и цен на готовую продукцию.

Кроме того, возможное перераспределение собственности на перерабатывающих подсолнечник предприятиях путем поглощения маслодобывающих заводов приведет к монополизации регионального рынка подсолнечника со стороны спроса.

Производство и переработка подсолнечника имеет большое значение для экономики области. В этой связи весьма важным является разработка комплекса организационно-экономических мероприятий, реализация которых позволит увеличить объемы производства подсолнечника в регионе.

Учитывая тот факт, что удельный вес подсолнечника в структуре посевных площадей области довольно высокий (в 2007 г. в хозяйствах всех категорий он составил 18,5% при существующих рекомендациях для ЦЧР не более 12,5%), становится очевидным, что увеличения объемов производства подсолнечника можно достичь лишь интенсивными методами. Это, прежде всего, применение интенсивных технологий возделывания подсолнечника, базирующихся на использовании высокоурожайных сортов и гибридов, внесении минеральных, использовании средств защиты растений. Считаем целесообразным рекомендовать сельскохозяйственным предприятиям при транспортировке продукции учитывать сырьевые зоны перерабатывающих подсолнечник предприятий, что позволит минимизировать затраты на транспортировку сырья и снизить себестоимость. А это в свою очередь, даст им конкурентное преимущество на рынке.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР РОСТА ВНУТРЕННЕГО РЫНКА. СБЕРЕЖЕНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВА ДЛЯ КРЕДИТОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Соколова Я. Ю.

Государственный университет – Высшая школа экономики

Очевидно, что разразившейся в России с октября 2008 года кризис сильнее всего ударил по средним русским. Как минимум, у них сократились возможности получать дешевые кредиты, как максимум – они просто лишились работы.

Однако 7 апреля 2009 года, выступая на конференции в Высшей школе экономики, заместитель председателя Центробанка А. Улюкаев заявил, что «дно» пройдено – в скором времени кризис закончится. На этот счет существуют, увы. И прямо противоположенные мнения.

И все-таки, принимая во внимание мнение столь авторитетного, уполномоченного лица,

Можно рассчитывать, что скоро ситуация вернется в докризисную зону, сохранятся прежние тенденции развития российского общества.

Пока что это прогнозы и надежды. Тем не менее, в сложившейся ситуации представляется особенно актуальным разобраться, есть ли в современной России средний класс, кого можно к нему относить, каковы определяющие критерии, отличающие эту группу людей от других, каковы жизненные приоритеты и тенденции потребления средних русских.

Проект «Стиль жизни среднего класса» ведется деловым журналом Эксперт — с 2000 года. Каждый год, весной и осенью, в крупнейших городах страны проводится углубленный опрос нескольких тысяч представителей среднего класса, в ходе которого выясняются детали его социально-экономического портрета и поведения на товарных и финансовых рынках. В качестве аналитических переменных в исследовании были включены следующие показатели: пол и возраст респондентов; месячный доход на члена семьи; регион проживания; образование; социальный статус; стадия жизненного цикла семьи; социальное положение в структуре среднего класса.

В настоящее время (впрочем, эта тенденция сохраняется уже около 6 лет) такие факторы роста российской экономики, как девальвация и высокий уровень цен на нефть, практически полностью исчерпаны. Рост ВВП: 6,8%¹ за 2008 год осуществляется за счет роста внутреннего спроса и внутреннего рынка, соответственно. Основным потребителем большинства товаров и услуг является российский средний класс. Насколько велик потенциал роста внутреннего потребления? Что именно стремятся потреблять «средние русские»? Каковы объемы различных сегментов рынка? Какие сегменты могут расти особенно бурно? Часть ответов на эти вопросы может дать анализ найденных нами закономерностей в динамике потребления российского среднего класса.

Являясь мобильным и довольно обеспеченным, именно он задает динамику многих рынков: именно в тех нишах, которые ориентированы на его обслуживание, возникают рынки с высокими нормами рентабельности, а значит, инвестиции в эти сегменты могут дать наибольший импульс всей российской экономике.

Тут требуется определить, собственно, сам объект исследования.

Разные дисциплины предлагают разные определения среднего класса. Социологи, политологи, экономисты, историки, рассматривая эту проблему через призму собственных знаний, по определению не могут прийти к общему знаменателю. Это естественно, поскольку разные науки предполагают разные веса для

¹ Данные из лекции Министра Финансов РФ С. Кудрина для студентов ГУ-ВШЭ.