

скохозяйственных и перерабатывающих предприятий.- 2008.-№ 6.-с. 57-58

2. Катаев В.И. Налоговые проблемы сельского хозяйства Ульяновской области // Ульяновск-Агро.-2008.-№ 4.

3. Лермонтов Ю.М. О доходных составляющих федерального бюджета на 2009 год и плановый период 2010-2011 гг. // Налоговый вестник.-2008.-№12.-с.4-6.

4. Нечаев В., Тюпакова Н. Совершенствование структурной модели налога в налоговой системе России // АПК: Экономика, управление.-2009.-№2.-с. 2.

5. Степаненко Е. Система налогообложения и ее влияние на финансово-экономическое состояние сельхозпредприятий // АПК: Экономика, управление.- 2008.-№6.-с. 42-44.

6. Юрзинова И.Л. Концепция налоговой политики как механизм согласования экономических интересов государства и хозяйствующих субъектов // Финансы и кредит.- 2007.-№ 37.-с.6

7. Юрзинова И.Л. Трансформация роли и места налоговых отношений в современной экономической системе // Финансы и кредит.-2007.-№39.

УДК 65.9(2)32-36

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ХЛЕБОПРОДУКТОВ

А.Б.Куздавлетова, О.В.Чумакова
Самарская ГСХА

In the article competition level in the market of bakeries of Samara area is investigated, the basic problems in this sphere are found out. Perspective directions and actions for competition development on is given in segment of the food market are offered.

Оценка конкуренции на региональном рынке хлебобулочных изделий затруднена вследствие несопоставимости ряда показателей: годовое потребление хлебобулочных изделий на душу населения дано в пересчете на муку, при этом мука используется при выпуске широкого ассортимента продукции (хлебобулочные, макаронные, кондитерские изделия, мука, крупа). Поэтому не представляется возможным оценить состояние рынка хлебобулочных изделий только на основании данных о его производстве и потреблении.

Для расчета показателей конкуренции на рынке хлебобулочных изделий в Самарской области целесообразно оценить параметры рынка путем пересчета показателей в продовольственное зерно.

Для определения объема регионального спроса на продовольственное зерно мы предлагаем использовать мультипликативную модель вида:

$$C_{\text{пз}} = \frac{1}{K} \cdot \text{ЧПН} \cdot \text{ПХП},$$

где $C_{\text{прз}}$ - спрос на продовольственное зерно;

$ЧПН$ - численность постоянного населения Самарской области;

$ПХП$ - потребление хлебных продуктов на душу населения (мука, крупа, зерно в натуре, хлеб печеный и макаронные изделия в пересчете на муку);

$\frac{1}{K}$ - коэффициент перевода зерна в муку (в расчетах принималось, что при помоле зерна выход муки составляет 75%, т.е. $K = 0,75$).

Увеличение потребления продовольственного зерна сопровождалось сокращением его использования на пищевые цели.

Это свидетельствует о том, что значительная часть регионального спроса на хлебные продукты удовлетворяется за счет зерна, муки и хлебопродуктов из других регионов.

Потребление хлеба и хлебопродуктов в Самарской области на протяжении 2000-2003 гг. было ниже установленных медицинских норм (107 кг/год), начиная с 2004 г. наблюдается существенный рост годового потребления на душу населения и в 2007 г. данный показатель достигает значения 115 кг/год.

Внутреннее производство полностью покрывает потребности в данных видах продукции.

Коэффициент зависимости регионального рынка хлеба и хлебопродуктов от внешних поставок в 2000-2007 гг. не превышает нормативное значение 0,3 и колеблется в диапазоне от 0,09 до 0,2.

Таблица 1. Показатели конкуренции на рынке хлебопродуктов Самарской области

Показатели	Годы							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Численность постоянного населения Самарской области, тыс. чел	3294,6	3279,3	3239,7	3235,7	3217,6	3201,3	3189	3175,7
Годовое потребление хлебопродуктов на душу населения, кг	102	105	107	105	110	115	115	115
Годовое потребление хлебопродуктов на душу населения в соответствии с нормами РАМН, кг	107	107	107	107	107	107	107	107
Фактический объем спроса на продовольственное зерно, тыс. т.	448,1	459,1	462,2	453,0	471,9	490,9	489,0	486,9
Потенциальный объем спроса на продовольственное зерно, тыс. т.	470,0	467,8	462,2	461,6	459,0	456,7	455,0	453,1

Использование на пищевые цели, тыс. т.	380,7	358,1	362,3	406,6	278,4	245	248,4	280,3
Соотношение фактического и потенциального объемов спроса, %	81,0	76,5	78,4	88,1	60,6	53,6	54,6	61,9
Производство продовольственного зерна, тыс. т.	968,0	1269,0	1284,7	877,2	891,1	697,4	792,1	887,3
Ввоз продовольственного зерна, тыс. т.	155,8	129,2	151,1	137,4	182,1	104,7	98,2	80,9
Вывоз продовольственного зерна, тыс. т.	0	0	0	0	0	0	0	0
Коэффициент зависимости регионального рынка от внешних поставок	0,16	0,10	0,12	0,16	0,20	0,15	0,12	0,09
Степень удовлетворенности региональной потребности за счет собственного производства, %	254,3	354,4	354,6	215,7	320,1	284,7	318,9	316,6

Потребности населения в хлебе и хлебобулочных изделиях в Самарской области полностью удовлетворяются за счет собственного производства. На рынке наблюдается конкуренция между внутренними производителями. Крупы и макаронные изделия в основном поставляют из других регионов.

Рынок хлебобулочных изделий следует, как и рынок молока рассматривать в двух направлениях: рынок зерна и рынок продукции переработки зерна. Рынок зерна изначально является рынком, приближенным к условиям совершенной конкуренции, из-за большого числа товаропроизводителей. Продовольственное зерно направляется на переработку для пищевых целей, и именно этот сегмент рынка подлежит рассмотрению в рамках анализа конкуренции на продовольственных рынках Самарской области.

Таблица 2. Показатели конкурентоспособности предприятий рынка хлебобулочных изделий в Самарской области в 2007 г.

Показатели	Объемы производства тыс. тонн.	Доля предприятия на рынке, %
ОАО «Самарский хлебозавод №2»	8,799	5,60
ОАО «Самарский хлебозавод №5»	13,328	8,49
ОАО «Самарский хлебозавод №9»	10,152	6,47
ЗАО «Самарский Булочно-кондитерский комбинат»	7,387	4,71
ОАО «Тольяттихлеб»	28,803	18,35

ОАО «Хлеб г. Сызрань	11,209	7,14
Прочие предприятия	77,31	49,25
Итого	156,988	100,00
Коэффициент концентрации рынка	-	0,51
Индекс концентрации рынка Херфинделя-Хиршмана	-	0,06

Общие тенденции рынка хлебобулочных изделий подтверждаются показателями, характеризующими конкурентоспособность предприятий данной отрасли. Коэффициент концентрации рынка находится в диапазоне от 0,3 до 0,8, что позволяет сделать вывод об олигополистическом характере рынка.

Основными производителями хлебобулочных изделий в 2007 в Самарской области являются ОАО «Тольяттихлеб», ОАО «Самарский хлебозавод №5» и ОАО «Хлеб г. Сызрань, на долю которых приходится более 34% от общего объема производства продукции на рынке. При этом можно выделить как претендента на лидерство ОАО «Тольяттихлеб», на долю которого приходится 18,3% от совокупного объема производства. Значение индекса концентрации рынка Херфинделя-Хиршмана свидетельствует о среднем уровне концентрации товаропроизводителей хлебобулочных изделий.

Для совершенствования системы сбыта зерна на субрынке зерна и муки необходим пересмотр складывающейся системы закупки зерна и снабжения им мелькомбинатов с тем, чтобы уйти от жесткой зависимости мелькомбинатов от одного поставщика зерна, естественно диктующего свои цены.

Высокая концентрация в сфере производства муки в сочетании с низкой эластичностью спроса со стороны основных потребителей требует определенного контроля ценовой политики, например, через ценовой мониторинг.

Специфических непреодолимых барьеров для развития конкурентной среды на рынке хлеба не существует. Вход на рынок новых производителей требует решения ряда вопросов Правительством Самарской области, ее отдельных районов. Для рынка хлеба это снижение ставок арендной платы и налоговых отчислений, поддержка льготными кредитами, в первую очередь малого и среднего бизнеса.

Необходима разработка правительственной программы по переходу отраслей, занятых в процессе производства хлеба на новые, рыночные отношения. В качестве первых мер можно предложить создание необходимых экономических условий для более широкого развертывания хлебопекарен малой и средней производительности.

Множественность локальных рынков хлеба влечет за собой невозможность постоянного мониторинга ситуации на каждом из них.

Необходимо:

- исследовать рынки, на которых возникла проблемная ситуация;
- вести наблюдение за крупнейшими предприятиями, анализируя основные показатели их деятельности, с целью выявления монопольного завышения цен, ценового сговора предприятий и др.

Целесообразным направлением является создание условий для развития кооперационных и интеграционных связей в этой сфере.

Развитие регионального производства продуктов питания обеспечива-

ет экономическую безопасность региона, создает условия для конкуренции на рынке.

Литература:

1. Статистический сборник. Сельское хозяйство Самарской области. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области (Самарстат). 2000-2008 гг.
2. Фролов Д. Конкуренция в регионах // Продовольственный бизнес. 2002. №11 С. 21-22
3. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Методика исследования конкуренции на рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 4. С. 12-14

УДК 339.13

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ РОССИИ
THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP IN SOCIAL
AND ECONOMIC LIFE OF RUSSIA

С.Ю.Петрякова
S.Y.Petryakova
Ульяновская ГСХА
Ulyanovsk state academy of Agriculture

The article with the role and significance. of entrepreneurship in social and economic life of Russia at the contemporary stage. The role increase of entrepreneurs businesses in the economy of our country – is the necessary trend caused by the course of history.

Развитие малого предпринимательства является одним из самых точных показателей экономического и социального здоровья государства.

Малое и среднее предпринимательство несет на себе значительную смысловую нагрузку. Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Они создают среду и дух предпринимательства, без которых невозможна рыночная экономика, обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немислима его высокая эффективность. Они способны быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, сравнительно быстро окупаться и создавать атмосферу конкуренции [1].

Так, малый и средний бизнес обеспечивает:

1. *Создание новых рабочих мест, обеспечение занятости трудоспособного населения и, как следствие, сокращение числа людей, нуждающихся в социальной помощи.*

Эта роль представляется значимой для России при нестабильности функционировании рынка труда, при наличии значительного количества безра-