

## Конкурентные взаимодействия в экономике России: рынок сахара-песка

Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Поповская Е.В.,

По мере развития и становления рыночной экономики в России посткомандные факторы постепенно утрачивают свою доминирующую роль, и следовательно, внешний фактор поведения фирм оказывается связанным прежде всего с рыночными структурами. Функционирование российских фирм все в большей степени зависит от микросреды их существования, специфической для каждой отрасли и каждого рынка. Структура рынка становится определяющим фактором развития предприятия, основой его поведения в экономике. При этом возрастает значение анализа процессов конкуренции на товарных рынках, что требует разработки специального статистического инструментария, так как имеющейся информации недостаточно для адекватной оценки форм, методов конкуренции и ее влияния на экономическое положение предприятия.

В целях изучения структуры рынка и ситуации, складывающейся на федеральном, отдельных региональных и местных рынках сахара-песка, Госкомстат России совместно с Министерством экономики РФ и территориальными органами статистики провел выборочное обследование в сельхозпредприятиях, на сахарных заводах, в организациях оптовой торговли, на предприятиях промышленности - потребителях сахара-песка.

По мере стабилизации экономики и развития рыночных отношений возрастает значимость экономических связей микроуровня - форм и методов взаимодействий фирм разного рода: предприятий-производителей, предприятий-потребителей, посредников, предприятий-продавцов и предприятий-покупателей. Характерные черты становления рыночных структур в экономике переходного периода можно проследить на примере рынка одного из ведущих продовольственных товаров - рынка сахара-песка.

Информационно-статистической базой анализа рынка сахара-песка послужили результаты обследования, проведенного в 1996 г. Госкомстатом РФ<sup>1)</sup>. Основная цель анализа заключалась в том, чтобы выявить хозяйственных субъектов, которые оказывают наибольшее воздействие на цены и объемы реализации, а также исследовать конкурентную ситуацию в целом: формы, методы и предполагаемые результаты конкурентной борьбы.

<sup>1)</sup> Программа и инструментарий обследования рынка сахара-песка разработаны авторами статьи. Подготовка программы включала составление анкет, сочетающих методы объективной и субъективной статистики, выбор регионов - объектов анализа, выбор хозяйствующих субъектов, представляющих все уровни продуктовой цепочки.

Объектом анализа послужили регионы:

- производящие сахар-песок и полностью обеспеченные продуктом собственного производства (Краснодарский край, Белгородская, Орловская, Курская и Тамбовская области);

- производящие сахар-песок, но не полностью обеспеченные сахаром собственного производства (Республика Мордовия, Ставропольский край, Брянская, Тульская и Нижегородская области);

- регионы-потребители сахара-песка (Калининградская, Тверская, Калужская, Ростовская и Камчатская области).

В исследование были включены хозяйствующие субъекты всех уровней продуктовой цепочки, от непосредственного производства сахарной свеклы до реализации сахара-песка: сельскохозяйственные предприятия (65 предприятий), сахарные заводы (35 сахарных заводов), организации оптовой торговли (65 предприятий) и потребители сахара-песка (121 предприятие кондитерской, консервной и хлебобулочной промышленности). На включенных в исследование сахарных заводах было произведено в 1995 г. 1,24 млн. тонн сахара-песка, что составляет 40% его общего производства в России.

Исследование выявило следующие особенности развития рыночных отношений в рамках данной продуктовой цепочки.

Во-первых, обращает на себя внимание регионализация рынка сахара-песка (табл.1).

Таблица 1.

Доля реализации сахара-песка в границах своего региона в общем объеме реализации сахара-песка на территории России в 1995 г.  
(включая бартер; в процентах)

Сельскохозяйственные производители	89
Сахарные заводы	65
Организации оптовой торговли	91,5
Предприятия-потребители	86

В связи с тем, что для анализа меж- и внутрирегиональных связей, возникающих при реализации сахара-песка организациями оптовой торговли, источники приобретения не имеют определяющего значения, в объем реализации включен сахар-песок с учетом всех источников без выделения объемов приобретения у отечественных товаропроизводителей и по импорту.

Из таблицы видно, что подавляющая часть товарооборота сахара-песка (от 70 до 90%) приходится на свою территорию.

Факт регионализации рынка подтверждается динамикой и величиной удельного веса транспортных расходов в цене приобретения сахара-песка: в 1994 г. удельный вес транспортных расходов в цене приобретения товара составлял 5,1%, в 1995 г. снизился до 4,5%, в 1996 г. - до 3,44%. Сравним со средним значением удельного веса транспортных расходов в цене приобретения для материально-технических ресурсов промышленности: 13, 14 и 15% соответственно. Поскольку тарифы на грузовые перевозки в 1995 г. выросли в 2,5 раза, а цена сахара-песка - в 2,0 раза по сравнению с 1994 г. (при-

мерно такая же картина наблюдается и в 1996 г. при сопоставлении с 1995 г.), можно сделать вывод о значительном сокращении транспортных перевозок в абсолютном выражении.

Стремление к регионализации хозяйственных связей на рынке сахара-песка является также через данные опроса руководителей сахарных заводов, согласно которым главной причиной, оказывающей сильное влияние на сбыт сахара-песка и на неконкурентоспособность товара, а также на неудовлетворенность поставщиками, оказывают высокие транспортные расходы (см. табл. 2, 3 и 4).

Таблица 2.

**Результаты опроса руководителей сахарных заводов:  
причины неконкурентоспособности товара**

Причина	Средний рейтинг (по трехбалльной оценке)
Высокие транспортные расходы	2,86
Устаревший парк оборудования	2,28
Отсутствие средств для обновления продукции и расширения ее ассортимента	2,14
Низкое качество исходного сырья	1,86
Отсутствие информации о последних научно-технических достижениях в отрасли	1,57
Отсутствие информации о спросе	1,57
Недостаточный уровень квалификации работников	0,86
Низкий уровень технологии	0,71

Таблица 3.

**Результаты опроса руководителей сахарных заводов:  
причины неудовлетворенности поставщиками сырья**

Причина	Средний рейтинг (по трехбалльной оценке)
Высокие транспортные расходы	2,86
Не удовлетворяют объемы поставок	2,69
Нарушение договоров на поставку	1,63
Выдвижение поставщиками дополнительных условий	1,06
Не удовлетворяет качество	1
Высокие цены	1

Таблица 4.

Результаты опроса руководителей сахарных заводов:  
причины, ограничивающие сбыт сахара-песка

Причина	Средний рейтинг (по трехбалльной оценке)
Неплатежеспособность потребителей	2,54
Высокий уровень транспортных тарифов	2,36
Конкуренция производителей из СНГ	2,31
Конкуренция производителей из зарубежных стран	0,92
Конкуренция со стороны российских производителей	0,85
Отсутствие информации о ценах и спросе	0,85
Высокий уровень цен на услуги торгово-посреднических предприятий	0,77

На основе данных таблиц видно, что преобладающей причиной трудностей со сбытом и трудностей с поставщиками предприятия называют транспортные расходы. То есть транспортные расходы оказывают влияние, от существенного до сильного, на оба конца продуктовой цепочки: и на поставки ресурсов, и на реализацию конечного товара.

Регионализация рынка может иметь значение для усиления дифференциации цен на сахар-песок. Анкета обследования включала вопросы об изменении цены на сахар-песок в течение 1995 г. и шести месяцев 1996 г. Каждый хозяйствующий субъект, участвующий в опросе, фиксировал максимальную и минимальную цену в указанные периоды. В зависимости от региона наблюдалось существенное различие в фиксируемых ценах. Диапазон изменения максимальной цены в обследованных регионах - разброс максимальных цен, и диапазон изменения минимальной цены - разброс минимальных цен, анализировался для каждого уровня продуктовой цепочки. В 1995 г. разброс цен между регионами составил значительную величину (табл. 5).

Таблица 5.

Разброс цен на сахар-песок между регионами России  
(тысяч рублей за тонну)

	1995		I полугодие 1996	
	Разброс максимальных цен	Разброс минимальных цен	Разброс максимальных цен	Разброс минимальных цен
Сельскохозяйственные производители	1600	1900	1600	2044
Сахарные заводы: отпускная цена	779	1306	1465	1450
Сахарные заводы: себестоимость	1753	1805	978	1951
Оптовая торговля: цена приобретения	1200	800	668	500
Оптовая торговля: цена реализации	1305	1000	605	550

Мы видим, что разброс цен, устанавливаемых первичными агентами рынка - сельскохозяйственными производителями и сахарными заводами - усиливается и уменьшается для цен, устанавливаемых организациями оптовой торговли. Это подводит нас ко второй особенности продуктовой цепочки сахара-песка, выявленной в ходе анализа, - усилению роли и значения оптовых организаций на рынке данного товара.

На оптовую торговлю приходится 1\3 общего объема реализации сахара-песка сахарными заводами на своей территории и половина общего объема реализации товара в других регионах; 1\2 покупок сахара-песка всего, в том числе 98% в регионах-потребителях и 1\3 в регионах-производителях.

В ходе анализа обнаружилось, что организации оптовой торговли играют доминирующую роль на рынке сахара-песка в регионах-потребителях товара. При этом в каждой области выделились 1-2 торговые фирмы, которые могут обладать монопольной властью. На них приходится значительный объем покупок сахара-песка предприятиями-потребителями. Это "Тверская ярмарка" и "Тверьоптторг" в Тверской области; АО "Гефест" в Ростовской области; "Балтпродторг" и АО "Русский бизнес" в Калининградской области; "Камчатскпродтовары" в Камчатской области.

Методом воздействия данных фирм на рынок является ценовая дискриминация, в частности, изменение цены в зависимости от объема покупок. Согласно данным анализа наблюдается зависимость между ценами покупки сахара-песка предприятиями-потребителями и объемами закупок, скидки крупным покупателям достигают 10-15%.

Доминирующие фирмы-посредники оказывают влияние на оба конца рынка: они покупают сахар-песок по более низким ценам, чем в среднем в регионе, и продают товар по более высоким ценам, чем в среднем в регионе (табл.6).

Таблица 6.

Соотношение цен доминирующих фирм и средних цен региона  
(тысяч рублей за тонну)

	Средняя цена покупки сахара-песка	Средняя цена продажи сахара-песка
"Камчатпродтовары"	3300	5500
Камчатская область без монополистов	3600	4700
"Тверская ярмарка"	нет данных	3000
"Тверьоптторг"	2700	3300
Тверская область без монополистов	2800	3168
ТОО "Русский бизнес"	2300	3100
"Балтоптторг"	2600	3200
Калининградская область без монополистов	2900	3000

Отсюда ясно, почему разброс цен организаций оптовой торговли разных регионов уменьшается - так проявляется монопольное влияние на цены доминирующих фирм.

Роль оптовой торговли в регионах-производителях сахара-песка также существенна. Свидетельством этому служит изменение цены реализации оптовой торговли (I полугодие 1996 г. к I полугодию 1995 г.) по сравнению с изменением фактической отпускной цены производителя (табл.7).

Таблица 7.

**Сопоставление цен реализации сахара-песка организациями  
оптовой торговли и отпускной цены предприятий-производителей**

	Индекс цен реализации оптовой торговли	Индекс отпускных цен производителя
Белгородская область	1,0	0,8
Орловская область	1,4	0,9
Курская область	1,45	1,4
Тамбовская область	1,3	0,9
Брянская область	1,1	0,9

Особенно интересна в этом отношении Орловская область, где предприятия-производители продают товар ниже себестоимости: отношение оптовой цены к себестоимости составляет 0,45, в то время как отношение цены реализации к цене закупки оптовой торговли равняется 1,14. Такое большое расхождение индексов может быть объяснено либо ростом издержек (в Орловской области индекс издержек соответствующего периода составил 1,6), либо значительным ростом цены реализации оптовой торговли, что еще раз косвенно подтверждает наличие существенной монопольной власти организаций оптовой торговли в цепочке сахарного рынка.

Третьей особенностью продуктовой цепочки сахара-песка, выявленной в ходе исследования, стал факт наличия вертикальной интеграции как части структуры рынка данного товара.

Исходя из высокого процента оборота товара на основе давальческого сырья (84-86% произведенного товара в 1995 г. и 66-70% реализации сахарной свеклы на дачальческих условиях), можно сделать предположение о довольно существенном уровне вертикальной интеграции в отрасли (неформального характера). Если мы учтем то, что дачальчество связано с нехваткой оборотных средств у предприятий, такой преобладающий тип финансовых отношений продавцов и покупателей товара любого уровня - и сырья и готовой продукции - дает возможность возникновения зависимости между ними.

По нашему мнению, существование дачальческих отношений, особенно в значительных масштабах, может трактоваться как свидетельство наличия неформальной (неоформленной юридически) вертикальной интеграции в рамках цепочки сахара-песка, что может быть обусловлено зависимостью сельскохозяйственных предприятий-производителей первичного ресурса от заводов-производителей конечного товара, а последних от ряда крупных посредников (что будет показано ниже). То есть ведущим звеном вертикальной интеграции становятся продавцы конечного товара. Это так называемая "интеграция ресурса", когда продавец конечного товара стремится обеспечить себе зависимые отношения с поставщиками ресурса, подчиняя последних своему влиянию. То, что именно сельскохозяйственные производители оказываются завязан-

ными в вертикальную цепочку в качестве подчиненного элемента, обусловлено тем фактом, что для них характерен пиковый тип каналов реализации сырья - подавляющая доля сбыта сахарной свеклы (70-100%) и сахарного песка (60-80%) приходится на одного клиента (покупателя), в отличие от равномерного типа распределения, характерного для сахарных заводов, так что для них на каждый канал реализации приходится примерно одинаковая доля сбыта товара. Пиковый тип сбыта ставит продавцов в относительную зависимость от покупателя.

Вертикальная интеграция с сельскохозяйственными производителями должна быть выражена сильнее в регионах, чем между регионами: в регионах полного самообеспечения сахаром-песком (регионах-производителях) в 1995 г. доля давальческого сырья составила 81% по сравнению с 58% в регионах, не полностью обеспеченных своим товаром (то есть получающих часть сырья из других регионов).

Следует отметить, что сахарные заводы отнюдь не являются главным агентом вертикальной интеграции и вертикальных отношений: по опросам руководителей предприятий-производителей сахара-песка практически все сахарные заводы не имеют возможности выбора поставщиков сырья, при этом они не удовлетворены имеющимися поставщиками (называя в качестве причины, как мы видели в таблице 3, в первую очередь, объемы поставок и высокие транспортные расходы). Скорее всего, сахарные заводы оказываются в зависимости от следующего звена сахарной цепочки - агентов покупки сахара-песка: большинство предприятий оценивает вероятность смены основных каналов реализации как маловероятную или невысокую.

Кто же они такие, агенты покупки? Мы уже выявили существенную роль оптовых организаций. Кроме того, обращает на себя внимание активизация еще одной посреднической структуры сахарного рынка - структуры, которая в обследованиях Госкомстата РФ была названа "неторговые организации, занимающиеся коммерческой деятельностью". Эти организации отвечают за 1\5 товарооборота сахара-песка на рынке, причем в отдельных регионах их роль еще больше (табл. 8).

Таблица 8.

Роль неторговых организаций на рынке сахара-песка в 1995 г.  
(доля в общем объеме, в процентах)

Реализация сахара-песка сельскохозяйственными производителями (с учетом бартера) - всего	30
Реализация сахара-песка сахарными заводами (с учетом бартера) - всего	25
Приобретение сахара-песка оптовыми организациями - всего	20
Орловская область	40
Курская область	87
Ростовская область	63
Тамбовская область	
(поставки из других регионов)	49
Реализация сахара-песка оптовыми организациями - всего	21
Регионы полного самообеспечения	25
Белгородская область	63
Калужская область	35
Брянская область	32
Тамбовская область	42

Среди неторговых организаций, занимающихся коммерческой деятельностью, выделяются две межрегиональные фирмы и одна фирма с региональной ориентацией - финансово-промышленная группа АО "Альфа-Эко" (г. Москва), АО "Русский сахар" (г. Москва) и "Агроинкомбанк" (г. Ставрополь).

АО "Альфа-Эко" обладает  $1\frac{1}{3}$  поставок сахара-песка предприятиям-потребителям и  $1\frac{1}{4}$  поставок оптовой торговле в Калужской области, 15-20% поставок товара предприятиям-потребителям в Мордовии, а также значительной долей товарооборота в других регионах.

Особо интересная ситуация выявилась в Белгородской области. У четырех из пяти сахарных заводов области АО "Альфа-Эко" является преобладающим (если не единственным) поставщиком сырья - сахарной свеклы, причем на давальческих условиях; у трех из них - еще и основным покупателем сахара-песка с долей бартера от 50 до 100%. Таким образом, очевидно, что АО "Альфа-Эко" представляет собой доминирующую фирму Белгородского регионального рынка сахара-песка.

В этой же области оптовая торговля в основном занимается связями с сельскохозяйственными производителями: из пяти обследованных Госкомстатом РФ предприятий оптовой торговли у трех фирм сельскохозяйственные производители являются единственным продавцом сахара; одна фирма в качестве продавца сахара имеет неторговую организацию, причем, исходя из анализа области, можно предположить, что это все та же "Альфа-Эко". Можно сделать вывод о том, что в данном регионе конкуренция между оптовой торговлей и неторговыми организациями (в частности, АО "Альфа-Эко") за монопольное влияние на рынке в настоящее время развивается в пользу последней.

Деятельность другой фирмы, стремящейся к доминирующему положению на рынке сахара-песка, связана со Ставропольским краем. "Агроинкомбанк" отвечает за 40% закупок сахарной свеклы (причем на  $1\frac{1}{3}$  на давальческих условиях);  $2\frac{2}{3}$  закупок сахара-песка у сахарных заводов и значительную часть товарооборота в оптовой торговле. Интересно отметить, что данная неторговая организация представляет собой банк. Возможно, это признак интеграции банковской сферы с промышленностью, пока на региональном (локальном) уровне.

На третью неторговую организацию, выявленную в результате анализа данных Госкомстата РФ в качестве агента, оказывающего растущее влияние на рынок сахара-песка, - АО "Русский сахар" - приходится 100% реализации сахарной свеклы сельскохозяйственными производителями, 50-100% реализации сахара-песка сельскохозяйственными производителями и 20% поставок сахара-песка предприятиям-потребителям в Тамбовской области. Эта фирма снабжает также сахаром-песком  $1\frac{1}{5}$  часть предприятий оптовой торговли в Калужской области.

Стратегия неторговых организаций на рынке сахара заключается в следующем. Они стремятся оказывать влияние на всю вертикальную цепочку производства и сбыта сахара-песка. Эти фирмы выступают посредниками между сельскохозяйственными производителями сахарной свеклы, сахарными заводами, оптовой торговлей и предприятиями-потребителями конечного товара, причем посредниками, оказывающими существенное влияние на структуру рынка. Достигается подобное влияние через приобретение сахарной свеклы у сельскохозяйственных производителей на давальческих ус-



ловиях (что втягивает последних в зависимость от них), осуществление обмена, нередко на бартерной основе, сахара-песка между сахарными заводами и сельхозпроизводителями, с одной стороны, и конечными потребителями, с другой стороны, обеспечение сахаром-песком оптовых организаций в регионах путем меж- и внутрирегионального обмена. Тем самым все экономические субъекты данной продуктовой цепочки оказываются втянутыми в вертикальные отношения с неторговыми организациями.

Ценовое воздействие неторговых организаций двоякое: фирмы, действующие в разных регионах, способствуют понижению цены покупки сахара-песка для своих контрагентов, а неторговые организации регионального уровня понижают цену продажи - в Ставропольском крае сельскохозяйственные производители сбывают сахар-песок неторговой фирме (банку) по более низкой цене, чем другим покупателям (табл. 9).

Таблица 9.

Сравнение цен на сахар-песок у неторговых организаций  
и прочих агентов локального рынка  
(тысяч рублей за тонну)

Регион	Средняя цена покупки
Калужская область	
Потребители у "Альфа-Эко"	2500
у прочих продавцов	3000
Оптовая торговля	
у "Альфа-Эко"	2600
у "Русского сахара"	1300
у прочих продавцов	2800
Мордовия	
Потребители у "Альфа-Эко"	2500
у прочих продавцов	2700
Тамбовская область	
Потребители у "Русского сахара"	1700
у прочих продавцов	3250
Ставропольский край	
Сельскохозяйственные производители "Агроинкомбанку"	2000
прочим покупателям	2200

Кроме того, АО "Альфа-Эко" практикует скидки (до 10%) крупным покупателям.

Поскольку, согласно опросам руководителей предприятий-потребителей сахара-песка, для значительной части предприятий (75% общего числа респондентов) сильное влияние на выбор поставщика оказывает цена, то можно предположить увеличение ро-

ли неторговых организаций межрегионального характера (в частности, двух выше приведенных фирм) на сахарном рынке.

Зная, что АО "Альфа-Эко" предоставляет дешевый сахар-сырец и сахар-песок с Украины, а "Русский сахар" скупает сахарную свеклу у отечественных производителей, можно сделать вывод о том, что эти две фирмы проводят политику так называемого "грабительского ценообразования" (predatory pricing) на российском сахарном рынке. Грабительское ценообразование предусматривает продажу товара на рынке по ценам ниже цен конкурентов для вытеснения их с рынка. В данном случае целью ценовой политики неторговых фирм, видимо, является захват центрального звена технологической цепочки производства сахара - сахарных заводов соответствующих регионов. Сахарные заводы уже сейчас испытывают трудности со сбытом своей продукции. Они вынуждены либо ограничивать сбыт (среди факторов, препятствующих сбыту, руководители предприятий называли на втором месте конкуренцию товара из стран СНГ, большая часть которого, по данным обследования, идет именно через АО "Альфа-Эко", см. табл. 3), либо снижать цены нередко до уровня, не покрывающего их издержки. Например, "Никифоровский сахарный завод" в Тамбовской области вынужден был в начале 1995 г. продавать сахар-песок по цене 1700 тыс. руб. за тонну при себестоимости в 2000 тыс. руб. за тонну. В результате наблюдается снижение конкурентоспособности сахара-песка, реализуемого сахарными заводами, и ухудшение их финансового положения (возможно, до разорения).

Косвенным подтверждением этого может служить сопоставление индексов издержек производства и индексов фактической отпускной цены сахара-песка (табл.10). При том, что издержки растут, увеличение фактических отпускных цен сахара-песка сахарными заводами сдерживается политикой ценообразования фирм-посредников, что ведет к снижению рентабельности производства в целом.

Таблица 10.

Соотношение индексов издержек и индексов фактических  
отпускных цен  
(I полугодие 1996 г. к I полугодию 1995 г.)

	Индекс издержек производства	Индекс фактических отпускных цен
Краснодарский край	1,29	1,0
Белгородская область	0,9	0,8
Орловская область	1,6	0,9
Курская область	1,2	1,4
Тамбовская область	0,9	0,9
Брянская область	1,0	0,9

Конечной целью политики грабительского ценообразования на рынке сахара-песка может быть перспектива скупки сахарных заводов фирмами-посредниками.

По прогнозам специалистов около трети производящих сахар предприятий в ближайшее время могут прекратить свое существование, что связано в том числе и с активным поглощением сахарных заводов различными финансово-промышленными группами, среди которых лидирующее положение занимает группа "Альфа-Эко". Она уже

владеет более чем 35% акций Каневского, Павловского, Гулькевичского сахарных заводов в Краснодарском крае и Алексеевского завода в Белгородской области. В дальнейшем группа намеревается скупить контрольные пакеты акций упомянутых заводов.

Анализ ситуации на рынке сахара-песка позволяет сделать ряд следующих выводов:

- конкуренция на рынке развивается в рамках отдельных локальных рынков;
- происходит консолидация экономических агентов в рамках вертикально-интегрируемых отношений производственно-сбытовой цепочки с оптовой торговлей и\или неторговой организацией (посредником) как ведущего звена интеграции;
- в качестве основных конкурентов на рынке сахара выступают традиционные предприятия оптовой торговли и новые коммерческие структуры неторгового характера, взаимодействие между которыми, видимо, и будет определять рыночную ситуацию на ближайшую перспективу;
- вертикальная интеграция в производстве сахара-песка сильнее осуществляется в регионах, производящих товар, что связано с возможностью оказывать влияние на первичные звенья - сельскохозяйственных производителей;
- структура рынка в регионах-потребителях демонстрирует явление доминирующей фирмы, в качестве которой выделяются 1-2 предприятия оптовой торговли регионального уровня;
- новые коммерческие структуры практикуют стратегию грабительского ценообразования, используя дешевые импортные сырье и готовый товар, что ведет к временному снижению среднего уровня цен на сахар-песок, но грозит опасностью усиления концентрации на рынке за счет поглощения ими производителей и, как следствие, резким повышением цен на товар в долгосрочной перспективе.

\* \* \*

\*

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Цены в России. Статистический сборник.* - М.: Госкомстат России, 1996.
2. *Сергеев Д. Российские производители сахара просят защитить рынок от украинского демпинга.* // *Финансовые известия*, 1996, № 23.
3. *Выборочное обследование рынка сахара-песка: Статистический бюллетень № 2 (31) / Госкомстат РФ.* - М., 1997.