

ных, пенсионеров, инвалидов и других социальных групп населения, заинтересованных в активной экономической деятельности, но не имеющих для этого достаточных возможностей. Кроме того, эффективная государственная поддержка этой категории граждан позволяет снизить социальную напряженность, возникающую при различного рода экономических трудностях, связанных со спадом деловой активности и ростом безработицы.

Одновременно это способствует вовлечению новых людей в экономическую деятельность и активизации ранее скрытых и невостребованных ресурсов. Для нашей страны, с одной стороны, в современных экономических условиях развитие самозанятости, помощь в создании семейных предприятий и организация выполнения определенной части работ на дому с помощью штатных сотрудников позволит минимизировать социальную напряженность, особенно в малых городах и на сельских территориях. С другой стороны, это даст возможность создать множество новых рабочих мест при минимальных капитальных затратах и позволит привлечь к активной трудовой деятельности тех людей, которые ранее не имели возможность получить работу (пенсионеры, инвалиды, женщины с маленькими детьми и др.).

*И.В. Чернова, канд. экон. наук  
И.В. Рысикова, канд. экон. наук, доцент  
АФ НИУ БелГУ (Алексеева, Россия)*

## **АНАЛИЗ РЫНКА ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА В РОССИИ**

Абсолютным лидером производства растительного масла в России является подсолнечное масло с долей почти 87 %.

По данным Росстата объем производства подсолнечного масла в России в 2013 г. составил 3284 тыс. т. По отношению к 2012 г. показатели снизились на 7,2 %. Снижение итоговых объемов за год произошло за счет сокращения производства подсолнечного масла в январе—августе 2013 г., что обусловлено относительно низким урожаем семян подсолнечника в 2012 г. В 2013 г. валовой сбор семян подсолнечника достиг рекордных отметок на уровне 10,6 млн т (в 2012 г. — 8,0 млн т, в 2011 г. — 9,7 млн т). За счет увеличения валовых сборов семян подсолнечника в 2013 г. в сентябре—декабре 2013 г. было произведено 1459,5 тыс. т подсолнечного масла, что на 22,4 % больше, чем за аналогичный период 2012 г.

В 2014 г. рост производства подсолнечного масла продолжился. В январе—сентябре 2014 г. его объемы превысили показатели за аналогичный период 2013 г. на 36,2 %. Этот показатель на 9,5 % превышает показатели за аналогичный период 2012 г., на 96,4 % больше, чем было произведено за аналогичный период 2011 г., на 55,3 % превышает объемы производства подсолнечного масла в январе—сентябре 2010 г.

В сентябре 2014 г. в России было произведено подсолнечного масла на 54,6 % больше, чем в августе 2014 г., и на 13,3 % больше, чем в сентябре 2013 г.

Россия является крупнейшим экспортером и импортером масложировой продукции в связи с наличием емкого внутреннего рынка потребления и растущего производства.

В конце 2013 г. в условиях существенного прироста производства и высокого спроса на подсолнечное масло за рубежом активизировался и его экспорт. Поставки подсолнечного масла из России в декабре 2013 г. достигли 206,6 тыс. т, что в 2,2 раза больше, чем в декабре 2012 г. Однако в целом в 2013 г. объемы экспорта подсолнечного масла из России были несколько ниже, чем в 2012 г. В 2012—2013 гг. Россия вышла на второе место в мире по экспорту подсолнечного масла.

В 2014 г. Россия может увеличить экспорт подсолнечного масла, выработанного из урожая 2013 г., до 1,7 млн т. Рост экспорта объясняется рекордным сбором маслосемян в 2013 г. — 10,2 млн т против 8 млн т в 2012 г.

Импорт подсолнечного масла в Россию, напротив, с каждым годом сокращается. В 2013 г. поставки подсолнечного масла в Россию находились на отметках в 17,6 тыс. т; для сравнения: 10 лет назад, в 2003 г., они составляли более 200 тыс. т.

С начала 2000-х гг. в России ведется активное строительство новых и модернизация действующих масложировых предприятий. В результате появился широкий выбор высококачественного и доступного по цене подсолнечного масла отечественного производства.

Для предприятий сектора характерно повышение качества продукции, расширение ассортиментной линейки производимых масел, ценовая конкуренция в розничных сетях, высокая маркетинговая активность, повышение эффективности производства за счет увеличения масштабов и вертикальной интеграции.

Кроме того, крупные предприятия, имея в своем составе сельскохозяйственные и заготовительные компании, собственные элеваторные мощности, постоянно инвестируя в развитие и модернизацию производства, собственный транспортный парк и сбытовую сеть, могут значительно уменьшить уровень накладных издержек и затрат, увеличив соответственно конкурентоспособность продукции компании на рынке.