

УДК 338  
DOI: 10.26140/anie-2019-0802-0023**ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МАСЛОЖИРОВОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ**

© 2019

**Андреева Татьяна Викторовна**, кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой экономики  
**Видищева Раиса Сергеевна**, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономики*Оренбургский государственный университет, филиал - Орский гуманитарно-технологический институт  
(462403, Россия, Орск, проспект Мира, 15а, e-mail: vid1185@yandex.ru)*

**Аннотация.** Современная экономическая ситуация и невысокая степень адаптированности предприятий агропромышленного комплекса к рыночной среде на сегодняшний день выдвигают весьма серьезную проблему, связанную с поиском наиболее оптимальных условий обеспечения продовольственной безопасности населения. Решение продовольственной проблемы и рост уровня благосостояния населения в большинстве своем зависят от эффективного функционирования агропромышленного комплекса, и, в частности, масложирового комплекса, возможности его максимально обеспечить потребности населения в растительных маслах и продуктах переработки. Статья посвящена оценке состояния и перспектив развития масложировой промышленности в Оренбургской области, а также поиску путей увеличения доходной части бюджета Оренбургской области и валового регионального продукта за счет брендирования такого продукта питания как масло подсолнечное. Наличие бренда гарантирует продавцу, производителю, что товар, обладая примерно равными или даже более низкими показателями в сравнении с конкурентами, будет покупаться чаще, чем у конкурентов. Учитывая это обстоятельство, в статье высказано предположение о том, что масло подсолнечное, производимое на территории Оренбургской области должно быть брендировано. Именно это позволит повысить востребованность данного продукта за пределами региона и реализовывать его с большей долей добавленной стоимости. К тому же, учитывая географическое расположение Оренбургской области, имеется реальная перспектива выхода на внешние рынки.

**Ключевые слова:** ценностная цепочка создания стоимости, добавленная стоимость, масложировая промышленность, масло подсолнечное, Оренбургская область, бренд, валовой региональный продукт, агропромышленный комплекс, производство, подсолнечник, посевные площади.

**ASSESSMENT OF THE STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT  
OF OIL INDUSTRY IN THE ORENBURG REGION**

© 2019

**Andreeva Tatiana Viktorovna**, candidate of economic Sciences, associate Professor,  
head of the Department of Economics  
**Vedisheva Raisa Sergeevna**, candidate of economic Sciences,  
associate Professor of Economics*Orenburg State University, branch - Orsk Humanitarian-Technological Institute  
(462403, Russia, Orsk, prospect Mira, 15A, e-mail: vid1185@yandex.ru)*

**Abstract.** The current economic situation and the low degree of adaptation of agro-industrial enterprises to the market environment today put forward a very serious problem associated with the search for the most optimal conditions for ensuring food security of the population. The solution of the food problem and the growth of the population's welfare largely depend on the effective functioning of the agro-industrial complex, and in particular, the fat-and-oil complex, its ability to meet the needs of the population in vegetable oils and processed products. The article is devoted to the assessment of the state and prospects of development of the oil and fat industry in the Orenburg region, as well as the search for ways to increase the revenue of the Orenburg region and the gross regional product by branding such a food product as sunflower oil. The presence of the brand guarantees the seller, the manufacturer that the product, having approximately equal or even lower performance in comparison with competitors, will be bought more often than competitors. Given this circumstance, the article suggests that sunflower oil produced in the Orenburg region should be branded. This will increase the demand for this product outside the region and sell it with a greater share of added value. In addition, given the geographical location of the Orenburg region, there is a real prospect of entering foreign markets.

**Keywords:** value chain, value added, oil and fat industry, sunflower oil, Orenburg region, brand, gross regional product, agro-industrial complex, production, sunflower, acreage.

По уточненным данным ФАО ООН, мировой урожай основных масличных культур (соя, рапс, арахис и подсолнечник) в сезоне 2016-2017 гг. составил 509 млн. т. Это почти на 45 млн. т. больше, чем в предшествующем периоде. Основными генераторами роста урожайности стали подсолнечник, объем производства и реализации которого увеличился на 11,4% и соя, прирост которой составил в среднем 11,2% [1].

В Российской Федерации на фоне роста спроса на недорогие продукты питания быстрого приготовления наблюдается увеличение уровня потребления растительного масла, в том числе, доля подсолнечного масла составляет почти 90%. Подсолнечное масло занимает ведущее место по объему производства среди разнообразных масел и жиров, используемых в промышленности и непосредственно населением [2, с. 114].

Данные об объемах производства семян подсолнечника и продукции масложировой промышленности в Оренбургской области за период 2010-2017 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Объем производства семян подсолнечника и продукции масложировой промышленности в Оренбургской области за 2010-2017 гг.\*

Вид продукции	2010 г.		2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.
Продукция сельского хозяйства										
Семена подсолнечника	262,1	489,9	186,9	528,1	201,5	662,5	252,8	798,9	304,8	
Продукция масложировой промышленности										
Масла растительные нерафинированные	60,3	59,5	98,7	66,2	109,8	152,4	252,7	174,2	288,9	

\*по данным Оренбургстат

Из таблицы видно, что объемы производства семян подсолнечника в сельском хозяйстве из года в год возрастают [3, 4]. Если в 2010 г. было произведено 262,1 тыс. т. семян подсолнечника, то в 2014 г. прирост составил 86,9%, в 2015 г. увеличение объемов производства произошло уже более, чем в два раза. Объем производства в этом периоде составил 528,1 тыс. т. в абсолютном выражении и 101,5% в относительном. В последующих периодах положительная динамика сохраняется. К концу 2017 г. объем производства семян подсолнечника со-

ставил 798,9 тыс. т., что соответствует 304,8% в процентах к 2010 г. Иная ситуация складывается с объемами производства нерафинированного растительного масла. В течение первых четырех лет исследуемого периода наблюдается негативная динамика. За обозначенный промежуток времени имеет место снижение объемов производства на 1,3% в процентах к итогу 2010 г. Начиная с 2015 г. ситуация развивается в лучшую сторону. Объем производства нерафинированного растительного масла ежегодно увеличивается на 9,8% в 2015 г., на 52,4% в 2016 г. и на 188,9% к концу 2017 г.

В конечном счете ситуация складывается таким образом, что в основном имеет место реализация преимущественно семян подсолнечника. Иными словами, за пределы области реализуется продукция с меньшей добавленной стоимостью, что негативным образом влияет на экономику региона.

Сведения о структуре объемов производства семян подсолнечника по категориям хозяйств представлены на рисунке 1.

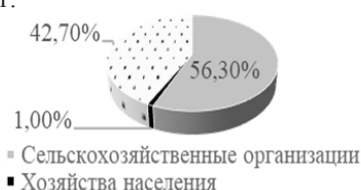


Рисунок 1 – Структура объема производства семян подсолнечника в Оренбургской области по категориям хозяйств в 2017 г. (по данным Оренбургстат)

На рисунке 1 видно, что на долю сельскохозяйственных организаций приходится основной удельный вес производства – 449,7 тыс. т. или 56,3%. Менее половины произведенной в 2017 г. продукции приходится на крестьянские (фермерские) хозяйства – 340,8 тыс. т. или 42,7%. И всего 1% (8,4 тыс. т.) производится хозяйствами населения региона. Учитывая динамику объемов производства масла растительного нерафинированного, целесообразно детально изучить уровень использования среднегодовой производственной мощности региональных предприятий масложировой промышленности. Данные представлены в таблице 2 [3, 4].

Таблица 2 – Уровень использования среднегодовой производственной мощности предприятиями масложировой промышленности Оренбургской области за 2010-2017 гг., %\*

Вид продукции	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Масла растительные нерафинированные	98,5	94,4	74,5	90,4	89,8

\*по данным Оренбургстат

Из таблицы 2 видно, что предприятия-производители растительного масла нерафинированного в Оренбургской области загружены не на полную мощность. Негативно можно охарактеризовать тот факт, что с течением времени загруженность производственных площадей сокращается. Если в 2010 г. производственные мощности функционируют на 98,5%, то к концу 2017 г. загруженность производства составляет лишь 89,8%. Полагаясь на данные официальной статистики, определено, что основными поставщиками ввозимого на территорию области масла являются Центральный федеральный округ и Приволжский федеральный округ. В 2013 г. основным поставщиком выступал Приволжский ФО, в частности, Саратовская область, которая на 1938,0 т. обеспечила потребность жителей Оренбургской области в масле растительном. В 2014-2015 гг. основным поставщиком масла растительного становится Центральный ФО, представленный Белгородской и Воронежской областями. Начиная с 2016 г. лидирующие позиции по ввозу масла растительного на территорию Оренбургской области вновь принадлежат Приволжскому ФО. Продукт

на региональный рынок поставляется Саратовской, Самарской областями, а также Республиками Татарстан и Башкортостан [5, с 120, 127].

Проведем оценку уровня обеспеченности населения Оренбургской области маслом растительным собственного производства (таблица 3) [3,4,6].

Таблица 3 – Уровень обеспеченности населения Оренбургской области маслом растительным нерафинированным собственным производством по данным за 2016-2017 гг.\*

Вид продукции	Объем производства, тыс. т.		Нормы потребления на душу населения, кг/год	Нормативная годовая потребность в продуктах питания, тыс. т.		Самообеспеченность продуктами собственного производства, %	
	2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.
Масла растительные нерафинированные	152,4	174,2	12	23,9	23,7	638,3	734,0

\*по данным Оренбургстат

Из таблицы 3 видно, что объем производства масла растительного в Оренбургской области к концу 2017 г. прирастает. При этом нормативная годовая потребность в продуктах питания незначительно сокращается на 0,2 тыс. т. Положительная динамика наблюдается в самообеспеченности продуктами собственного производства. Данный показатель дает представление о том, насколько жители региона обеспечены маслом растительным нерафинированным, произведенным на территории Оренбургской области. Если в 2016 г. ее величина составляла 638,3%, то к концу 2017 г. показатель самообеспеченности увеличился на 95,7 процентных пункта.

Проводя оценку состояния масложирового комплекса в Оренбургской области, целесообразно опираться на концепцию ценностной цепочки создания стоимости продукта, предложенной М.Портером. Эта концепция описывает алгоритм действия хозяйствующего субъекта на пути к формированию добавленной стоимости продукта и доведения этой ценности до потребителя. Как справедливо отмечают В.Е.Дементьев, Е.В.Устюжанина, С.Г.Евсюков: «Выделение отдельных звеньев ценностной цепочки в качестве аналитических единиц нацелено на диагностику конкурентных преимуществ и слабостей фирмы, на разработку стратегии повышения ее конкурентоспособности. При этом устойчивая конкурентоспособность связывается как с качеством выполнения отдельных действий, так и с уровнем их согласованности между собой» [12, с. 60].

Участников ценностной цепочки производства масла растительного нерафинированного в Оренбургской области целесообразно классифицировать на основе кодов ОКВЭД. Основными участниками цепи являются те хозяйствующие субъекты, которые занимаются выращиванием семян подсолнечника, а также производством нерафинированных и рафинированных масел и их фракций. Проведенное исследование в масложировой отрасли Оренбургской области позволило выявить основных представителей ценностной цепочки (таблица 4) [7].

Таблица 4 – Сведения об основных участниках ценностной цепочки создания стоимости масла подсолнечного нерафинированного в Оренбургской области по состоянию на 08.04.2019 г., тыс. руб.\*

Наименование организации	Чел.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Выращивание семян подсолнечника							
ООО «К. Х. Куринское»	43	158992	128756	97349	43046	64176	15138
ООО «Смарт-Агро»	22	58960	56366	38723	5739	9791	2983
ООО «Перовское»	7	8692	7907	11923	-361	448	2631
ООО «Пегас»	1	3506	4439	7084	443	421	273
ООО «Ясное»	1	-	-	58449	-	-	1808
ООО «Рельевское»	3	-	5619	17005	-	3682	9845
Производство нерафинированных и рафинированных растительных масел, и их фракций							
ООО «Сорочинский масложировой завод»	124	1740240	7002140	7748395	70565	384647	224647
ООО «Блок-Сервис»	1	11170	2367	1849	308	-706	225
ООО «Агромир»	36	87556	188825	378561	477	18981	23645

\*по данным Сервиса проверки и анализа российских контрагентов Rusprofile.ru

В соответствии с данными таблицы 4, необходимо отметить, что Оренбургская область обладает обширной

сырьевой базой для производства масла растительного. Выращивание семян подсолнечника на территории региона осуществляется шестью участниками экономических отношений, для которых это основной вид деятельности. При этом в большинстве своем представленные участники являются субъектами малого бизнеса, применяющими льготные режимы налогообложения. 236 хозяйствующих субъекта в Оренбургской области являются производителями зерновых культур, в том числе и подсолнечника. Производство растительных масел и их фракций осуществляет в регионе четыре хозяйствующих субъекта. Из них основная доля выручки и прибыли приходится на ООО «Сорочинский маслоэкстракционный завод». Главным преимуществом Сорочинского маслоэкстракционного завода явилось то, что он позволил втрое увеличить производство сырого масла в Оренбургской области. Остальные участники по результатам работы за 2016-2017 гг. убыточны.

Можно согласиться с мнением А.А.Чибилева (мл.) и Е.А.Семенова, утверждавших, что «...особенность экономики Оренбургской области – ее сырьевая ориентация и недостаточное развитие отраслей конечного потребления, производящих готовые изделия и удовлетворяющих потребительский спрос населения. К числу таких отраслей относится пищевая промышленность и сельское хозяйство» [2, с. 106].

ООО «Сорочинский маслоэкстракционный завод» является частью крупного холдинга – Группы компаний «НМЖК». Это холдинг с вертикально-интегрированной структурой. Сырьевое бизнес-направление – это уникальная структура в группе компаний «НМЖК»: оно объединяет закупку, подготовку, переработку сельскохозяйственного сырья, реализует продукты переработки сельскохозяйственного сырья – подсолнечное масло и высокопротеиновый шрот. В состав сырьевого комплекса группы компаний «НМЖК» входят восемь заготовительных и три маслодобывающих предприятия, образующих два мощных сельскохозяйственных кластера – Южное и Восточное направления. Заготовительные предприятия (элеваторы) и маслодобывающие предприятия (маслоэкстракционные заводы – МЭЗы) группы компаний расположены в Приволжском и Южном федеральных округах России. Маслоэкстракционный завод в Сорочинске, который позволил группе увеличить переработку сельскохозяйственного сырья более чем в два раза [9].

Таким образом, производимое на территории Оренбургской области масло подсолнечное на местные рынки не поступает, а полностью отправляется в качестве сырья (или полуфабриката) в дальнейшее производство за пределы области. Группа компаний «НМЖК» растительное масло в чистом виде не реализует, но присутствует сырьевое бизнес-направление – это уникальная структура в группе компаний «НМЖК»: оно объединяет закупку, подготовку, переработку сельскохозяйственного сырья, реализует продукты переработки сельскохозяйственного сырья – подсолнечное масло и высокопротеиновый шрот. Таким образом, производимый в Оренбургской области продукт – масло растительное, реализуется с минимальной добавленной стоимостью, а впоследствии в составе иных продуктов питания попадает снова на региональные прилавки уже по более высокой цене. Производимое на территории региона масло растительное остальными производителями (согласно данным таблицы 4), реализуется в основном в прозрачной пластиковой таре объемом 1 л., 1,5 л. или 5 л. Оно не имеет конкретного названия и, как следствие, поступает на рынок по заниженной цене. Качественный, натуральный и полезный продукт – масло подсолнечное, производимый на территории области, не брендирован. При этом, стоит напомнить, что сырьевая база в области присутствует, больше того, она находится на достаточно высоком уровне.

Анализ средних потребительских цен на основное

сырье и готовую продукцию масложировой промышленности Оренбургской области позволил выявить, что по сравнению с 2010 г. и стоимость семян подсолнечника (за исключением данных 2014 г.), и стоимость масла подсолнечного возрастает [10]. К концу 2017 г. по обоим видам продукции наблюдается некоторое снижение темпов роста средних потребительских цен. При этом цены на семена подсолнечника увеличиваются более стремительно. Нами проанализированы данные о составе розничной цены на масло подсолнечное в Российской Федерации в расчете на одну тонну. Из таблицы видно, что основная часть цены формируется на этапе выращивания семян подсолнечника, т.е. сельскохозяйственными производителями. На основе анализа структуры розничных цен на масло растительное нерафинированное в Оренбургской области выявлены пропорции распределения добавленной стоимости между участниками цепочки (рисунок 2).

Из рисунка 2 видно, что производство масла подсолнечного управляется хозяйствующими субъектами, осуществляющими выращивание семян подсолнечника, на долю которых приходится около 37,5% добавленной стоимости. Велика также доля предприятий оптовой торговли. На их долю приходится около 30,4% добавленной стоимости. В общем объеме производимых в Оренбургской области товаров и услуг сельскому хозяйству принадлежит около 9%. Хотя на самом деле значение сельскохозяйственного производства для региона существенно. В соответствие со статистическими данными, около 2/3 всех посевных площадей области засеваются зерновыми культурами [3, с. 18].

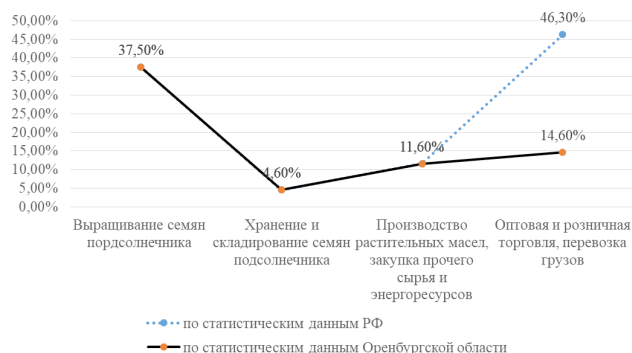
Стен Ши, руководитель Aser Group, представил в виде U-образной кривой зависимость между отдельным звеном в ценностной цепочке создания стоимости и уровнем его доходности. Данная «улыбающаяся кривая» отражает концентрацию добавленной стоимости на начальном и конечном этапах ценностной цепочки [11, с. 60]. Взяв за основу данную концепцию, считаем целесообразным применить ее к масложировой промышленности Оренбуржья. На рисунке 3 представлена U-образная кривая, которая строится на основе доли каждого звена ценностной цепочки создания стоимости масла подсолнечного (рисунок 3).

Из рисунка 3 видно, что кривая не совсем напоминает «улыбку», что свидетельствует о том, что на конечном этапе формирования добавленной стоимости имеет место негативная тенденция, т.е. реализация продукта потребителю не приносит хозяйствующим субъектам ожидаемую прибыль, что в свою очередь, негативно сказывается на экономике Оренбургской области.



Рисунок 2 – Ценностная цепочка создания стоимости масла подсолнечного в РФ в относительном выражении в расчете на одну тонну по данным 2017 г. (составлено авторами)





Статья поступила в редакцию 11.05.2019  
Статья принята к публикации 27.05.2019

Рисунок 3 – U-образная кривая ценностной цепочки создания стоимости масла подсолнечного в Оренбургской области (составлено авторами)

Считаем, что в регионе целесообразно осуществить брендирование масла подсолнечного на базе ООО «Сорочинского маслоэкстракционного завода». Данное новшество положительным образом скажется на величине валового регионального продукта, т.к. масло подсолнечное в основном будет реализовываться с большей добавленной стоимостью как конечный продукт, а не «уходить» в качестве полуфабриката за пределы Оренбургской области. Еще одним преимуществом выступает то, что реализация брендируемого продукта будет способствовать увеличению налоговой базы по налогу на прибыль, а, соответственно, и величине налоговых платежей, поступающих в региональный бюджет [12].

В соответствии с общероссийскими статистическими данными экспорт подсолнечного масла из России за 2016-2017 годы достиг рекордного показателя – 1,7 млн тонн [8]. Это говорит о том, что российский продукт востребован в мире, особенно в странах Азии. Таким образом, у Оренбургской области имеется потенциальная возможность создать бренд подсолнечного масла, ориентированный, в том числе, и на зарубежный рынок.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Институт анализа инвестиционной политики (МНИАП РФ). – Режим доступа: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Mirovoj-rynok-proizvodstvo-maslicnyh-kulturn>.
2. Чибилев, А.А. (мл.), Семенов Е.А. Очерки экономической географии Оренбургского края. Том I. / А.А. Чибилев (мл.). – Екатеринбург – ООО «УЦАО»: 2014. – 182 с. – ISBN 978-5-9906027-2-4.
3. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2018: статистический сборник / Оренбургстат. – Оренбург, 2018. – 530 с.
4. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2017: статистический сборник / Оренбургстат. – Оренбург, 2017. – 508 с.
5. Статистический ежегодник Оренбургской области. Торговля в Оренбургской области: статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. – Оренбург, 2018. – 156 с.
6. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания». (утв. приказом Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614).
7. Сервис проверки и анализа российских юридических лиц и предпринимателей Rusprofile. – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru>.
8. Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики. Средние потребительские цены (тарифы) на товары и услуги. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd-DBInet.cgi?pl=1921001>.
9. Официальный сайт группы компаний «НМЖК». – Режим доступа: <https://www.nmgk.ru/about/>
10. Цены в России. 2018: статистический сборник / Росстат. – Москва: 2018. – 142 с. – ISBN 978-5-89476-452-8.
11. Дементьев, В.Е., Устюжанина Е.В., Евсюков С.Г. Цифровая трансформация цепочек создания ценности: «улыбка» может оказаться «хмурой» // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). Том 10. – № 4. – 2018. – С. 60-77.
12. Бэкмология. Главное о бренде и брендинге. – Режим доступа: <http://becmology.ru/blog/4c/branding.htm>

Статья публикуется при поддержке гранта РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00050.