

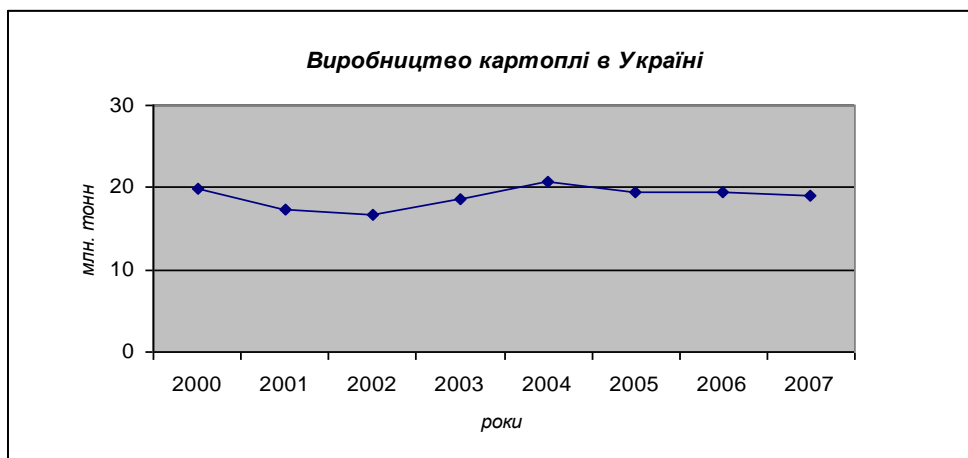
І.О.КЛІМОВА,
здобувач,
Державна академія статистики,
обліку та аудиту

Статистичний аналіз ринку картоплі

Виробництво картоплі займає одне з провідних місць в економіці України. У світі картопля є четвертою за значенням після рису, пшениці та кукурудзи, а в продовольчому кошику нашої країни вона чи не найперша. Продукція картоплярства широко використовується для продовольчих цілей, переробної промисловості та як корм для тварин.

Головними виробниками картоплі у світі є 22 країни, 9 з яких розташовані в Європі, 5 у Північній та Південній Америці, інші – в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні [1, с.28-29]. Беззаперечним лідером у світі по виробництву картоплі є Китай, який у 2007 році отримав урожай 56 млн. тонн, друге місце займає Росія – 37 млн. тонн і третє місце Індія – 22 млн. тонн.

Україна, яка у 80-ті роки за обсягами вирощування випереджала таку аграрно розвинуту країну як США, у 90-ті роки значно послабила свої позиції.



Як свідчать статистичні дані ФАО за 2000-2007 рр. Україна входить у п'ятірку світових лідерів по виробництву картоплі. У 2007 році Україна займала 5 місце з обсягом виробництва 19 млн. тонн.

Проблема формування ринку картоплі та продукції її переробки є досить актуальною. Дослідженням даного питання присвячені роботи таких вітчизняних вчених як Ю.Білана, В.Кононученка, С.Мочерного, П.Саблука, О.Сидорчука, О.Шпичака та інших науковців.

На даний час сформувалася необхідність поліпшення позицій Україні серед провідних країн на ринку картоплі, розв'язання питань експорту та імпорту, стабілізації його внутрішнього ринку та посилення державного регулювання щодо цього питання.

Незважаючи на те, що Україна входить до десятки найбільших виробників картоплі, вона ніколи не займала провідних позицій на світовому експортному ринку. В невеликих обсягах картоплю експортують до Росії, Білорусії, Грузії, Молдови, Естонії, тобто до країн ближнього зарубіжжя. Однак попит на українську продукцію може виникнути з боку країн Середньої Азії та Закавказзя. Головною проблемою експорту є неконкурентноспроможність картоплі, що зумовлено високою витратністю виробництва із застарілими технологіями, низькими сортовими якостями бульби та відсутністю маркетингової діяльності по просуванню вітчизняної продукції. Саме цим пояснюються досить малі обсяги експорту картоплі [2, с.149].

Через обмеженість попиту на українську картоплю на зовнішньому ринку близько 30% її валового виробництва використовується на кормові цілі.

В цілому по всіх країнах спостерігається загальна тенденція зростання середньої врожайності, яка на світовому рівні збільшилась з 126,6 до 167,3 ц/га або в 1,9 разів. Найбільше зростання відмічено в

країнах ЄС – більше ніж на 160,6 ц/га і найменше в СНД – на 34,3 ц/га [1, с.69-70].

Значний інтерес становить досвід Великобританії щодо регулювання ринку картоплі. В рамках ЄС єдиної ціни на картоплю немає і ринок цього продукту не виділяється як об'єкт регулювання. У більшості країн ціни залежать від попиту та пропозиції і коливання цін в урожайні та неурожайні роки можуть бути п'ятикратними, тобто ціна урожайного року може становити п'яту частину ціни неурожайного року. Ринок картоплі у Великобританії відзначається стабільністю. Така політика проводилась з 1947 року, а в 1985 році було прийнято спеціальний закон про реалізацію картоплі. Уособлює цей продуктовий ринок Рада по маркетингу картоплі. Кошти для регулювання ринку картоплі акумулюються Радою з двох джерел: внесків виробників та субсидій уряду [3, с.88].

У збуті картоплі та плодоовочевої продукції важливу роль у світовому аграрному ринку відіграють оптові ринки та аукціони. У Франції 90% вирощуваної фермерами картоплі реалізується на аукціонах, які проводять фермерські організації. За це фермери сплачують організаторам аукціонів 35% вартості реалізованої на аукціоні продукції. Завдання аукціону, наприклад фермерської організації СА, є:

- організація розпродажу картоплі однорідними за якістю партіями, які формуються на трьохстах пакувальних пунктах СА;
- встановлення мінімальної ціни, яка визначається на перших 10 проданих партіях картоплі;
- виплата фермерам компенсації за нереалізовану протягом двох днів картоплю (вона переробляється, передається благодійним організаціям або знищується);
- розробка вимог до якості;
- надання послуг клієнтам (здача в оренду сховищ, конторських приміщень, транспортування, ринкова інформація);

- публікація ринкової інформації (за 1 годину на ринку продають 200 партій картоплі).

Фермери, які не беруть участь в аукціоні, реалізують продукцію через свої кооперативи.

Зарубіжний досвід організації ринку картоплі для України дуже важливий. Тепер ця продукція виробляється переважно у приватному секторі – в особистому підсобному господарстві. Практично єдиним елементом інфраструктури виступають міські ринки.

У Великій Британії зафіксована така структура збуту фермерами-картоплярами дрібних ферм своєї продукції: через дилерів – 66%, через збутові кооперативи – 10%, через фермерські магазини – 10%, решта – за прямим зв'язками з супермаркетами. Середні ферми (від 10 до 50 га) через фермерські магазини продають лише 1% картоплі, а великі (понад 50 га) – близько 11%.

В Німеччині прямий продаж картоплі споживачеві займає 4-7% загального обсягу реалізованої продукції, проте цей канал реалізації відзначається найвищими цінами.

При реалізації безпосередньо споживачеві центнер картоплі дає в 1,5-2,5 рази більше грошових надходжень порівняно через реалізацію через збутовий кооператив.

В Японії через оптові ринки реалізується 80-90% власної та 40% імпортованої плодоовочевої продукції [4, с.18-19].

Картоплю в Україні вирощують в усіх регіонах. Однак основними виробниками є Вінницька, Волинська, Житомирська, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Рівненська, Сумська, Тернопільська та Хмельницька області. Рівень виробництва картоплі в даних областях значно перевищує рівень споживання.

Україна має сприятливі ґрунтово-кліматичні умови для повного задоволення попиту внутрішнього ринку та формування значної частини

експорту. Валові збори картоплі в останні роки знаходяться у межах 19 млн. т. Так, валовий збір 2008 року був 19,5 млн. т, в той час як на початку 90-х це значення було 16,7 млн. т. При цьому кількість посівних площ дещо знизилась: від 1429 до 1413 тис. га.

У розрахунку на одного жителя площі посадки картоплі в Україні становлять 0,031 га, більші вони тільки в Білорусії – 0,054 га та Польщі – 0,033 га. У Нідерландах виробляють на 188 кг картоплі на одну душу населення більше, ніж в Україні, тоді як площі посадки у них практично втричі менші і становлять 0,012 га. Урожайність картоплі за ці роки в Україні зросла від 117 до 139 ц/га.

Житомирщина є одним з головних постачальників продукції картоплярства на ринок сільськогосподарської продукції України. Валові збори картоплі в даному регіоні за останні дев'ять років практично не змінилися і характеризуються відносною стабільністю. Як і по всій Україні на Житомирщині відбувся перехід основного виробництва сільськогосподарської продукції у господарства населення. Водночас в країнах Заходу спостерігається абсолютно протилежна картина: переважна частина валового збору картоплі надходить з фермерських господарств.

Стосовно виробництва картоплі, то господарства населення у нас забезпечують практично весь ринок вирощеної продукції про що свідчать дані таблиці 1.

Таблиця 1

**Виробництво картоплі в Житомирській області
за категоріями господарств (тис. т)**

| Категорія господарства | Рік | | | | | | | | |
|--|--------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Господарства усіх категорій | 1064,7 | 787,2 | 823,2 | 1134,1 | 1191,3 | 1110,7 | 991,5 | 1039,4 | 1060,2 |
| Сільськогосподарські підприємства | 30,3 | 20,2 | 19,1 | 23,5 | 22,2 | 18,6 | 23,0 | 40,5 | 58,1 |
| Господарства населення | 1034,4 | 767,0 | 804,1 | 1110,6 | 1169,1 | 1092,1 | 968,5 | 998,9 | 1002,1 |

У Житомирській області частка господарств населення у виробництві сільськогосподарської продукції за останніми статистичними даними становить 72,9%, в той час як на початку 90-х її частка становила лише 40,7%. З них продукція рослинництва тепер займає 64,5% проти 33,4%. Виробництво ж картоплі на даний час практично все зосереджено у приватному секторі. За підсумками 2008 року 94,5% посівів картоплі знаходилось у господарствах населення, в той час як на початку 90-х це було тільки 54,2%.

Таблиця 2

**Частка господарств населення у виробництві продукції
сільського господарства (відсоток)**

| Продукція | Рік | | | | | | | | | | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Вся | 40,7 | 55,2 | 71,2 | 68,5 | 71,0 | 78,2 | 76,8 | 76,8 | 74,8 | 75,2 | 72,9 |
| рослинництво | 33,4 | 54,2 | 70,6 | 66,8 | 70,6 | 79,4 | 75,1 | 75,6 | 70,6 | 71,8 | 64,5 |
| картопля | 54,2 | 92,5 | 97,2 | 97,4 | 97,7 | 97,9 | 98,1 | 98,3 | 97,7 | 96,1 | 94,5 |

На основі проведеного аналізу встановлено, що в структурі використання картоплі переважає потреба для громадського харчування – 53%, забезпечення насінням під майбутній врожай – 22%, годівля худоби і птиці – 17%, решта 8% припадає на витрати після зимового зберігання [5, с.119].



В умовах загострення продовольчої проблеми рівень споживання картоплі на одну людину в рік становить 135 кг. Це один з найвищих показників серед розвинутих країн світу.

В умовах ринку збут товару є одним з найнеобхідніших завдань. Тому пошук вигідного каналу для реалізації виробленої продукції є необхідною умовою для виживання товаровиробників.

Ситуація на ринку картоплі сьогодні свідчить про те, що при майже сталому рівні виробництва чітко простежується зменшення обсягів продажу (див. табл. 3).

Таблиця 3

Структура реалізації картоплі у сільськогосподарських підприємствах Житомирської області (відсоток до загального обсягу реалізації)

| Канал реалізації | Рік | | | | | | | | |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Переробним підприємствам | 3,4 | 10,2 | 0,1 | - | - | - | - | - | 1,0 |
| На ринку | 55,3 | - | 9,0 | 5,2 | 7,2 | 8,2 | 7,7 | 1,7 | 1,1 |
| Населенню | 20,9 | 16,7 | 19,6 | 14,0 | 7,4 | 2,9 | 1,1 | 1,0 | 0,4 |
| За іншими каналами | 20,4 | 73,1 | 71,3 | 80,8 | 85,4 | 88,9 | 91,2 | 97,3 | 97,5 |

Обсяги реалізації продукції картоплярства потерпають зменшення через майже відсутню закупівлю картоплі в населення державними структурами. До того ж картопля, вирощена в господарствах населення, у більшості випадків характеризується низькою товарною якістю.

Тому мета подальшого розвитку картоплярства має полягати у вирощуванні такої картоплі, яка б відповідала сортовим характеристикам, сучасним вимогам до якості залежно від напрямку використання (харчові цілі бо переробка) та була конкурентноспроможною. Саме за таких умов картопля вітчизняного виробника зможе конкурувати як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках [6, с.37].

Список використаних джерел

1. Світове і регіональне виробництво аграрної продукції: Монографія / П.Т. Саблук, Г.А. Калієв та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 210 с. – С.28-29, 69-70.
2. Лавров Р.В. Світовий та вітчизняний досвід формування ринку картоплі // Економіка АПК. – 2008. - №7. – С.146-152.
3. Саблук П.Т., Карич Д.Я., Коваленко Ю.С. Основи організації сільськогосподарського ринку. – К.: ІАЕ УААН. 2002. – 190 с.
4. Губський Б.В. Аграрний ринок. – К.: Нора-прінт, 1998. – 187 с.
5. Положенець О.В. Проблема насінництва картоплі в ринкових умовах // Економіка АПК. – 2006. - №5. – С.118-121.
6. Цимбалюк Ю.А. Збільшення обсягів виробництва картоплі в Україні //Економіка АПК. – 2001. - №2. – С.36-37.

Клімова Інна Олександрівна

Житомирський державний університет імені Івана Франка,

асистент кафедри математики

м. Житомир, вул. Івана Гонти 2, к. 901

тел. 067 992 0 678

Анотація

І.О.Клімова

В статті проаналізовано стан ринку картоплі як одного з основних сегментів ринку продовольства. Наведено основні показники виробництва та реалізації продукції картоплярства.

И.А.Климова

В статье проанализировано состояние рынка картофеля как одного из основных сегментов рынка продовольствия. Приведены основные показатели производства и реализации продукции картофелеводства.