

5. Сало І. А. Методичні положення прогнозування кон'юнктури ринку плодів та ягід в Україні. / Сало І. А. – К.: Видавничий центр НУБіП., 2009. – 60 с.
6. Статистичний щорічник України за 2014 рік / [уклад. О. Г. Осауленко; відп. за вип. О. Е. Остапчук]. – К.: Консультант, 2015. – 560 с.
7. FAOSTAT – FAO Statistics Division 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/>.

УДК 339.13.017: 634.7

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЗЕМЛЯНИКИ В УКРАИНЕ

И. А. Сало

Институт садоводства НААН,
г. Киев, Украина

(Поступила в редакцию 09.06.2015 г.)

Аннотация. В статье рассматривается устройство и современное состояние рынка земляники в Украине по его основным параметрам – покупательная способность населения, производство, реализация, потребление. Установлено, что рынок земляники является агрегативным, распределяется на рынки свежих ягод, продукты их пищевой и технической переработки и в дальнейшем разграничивается на субрынки низших иерархических уровней. Определены особенности формирования рыночного предложения земляники различными поставщиками: собственными хозяйствами, садовыми предприятиями, импортерами, а также каналы распределения земляники всеми категориями хозяйств. Установлена доля продукции, находящейся в сфере товарно-денежного обращения и натурального производства. Раскрыты особенности экспортно-импортных операций на отечественном рынке земляники, в частности: сальдо баланса внешнеторговой деятельности положительное, т. е. экспорт значительно превышает импортные поставки (в 5-7 раз); основными странами-импортерами земляники являются Греция, Турция и Испания; основная доля земляники экспортировалась в Россию (90,4%).

Summary. Considered the structure and the current state of the market for strawberries in Ukraine, its main parameters – the purchasing power of the population, production, sales, consumption. Established that aggregation market strawberries are distributed to markets fresh berries, food and products of their processing technology continue delimited on market lower hierarchical levels. The features of formation of market offers different suppliers of strawberries, farms, gardening companies, importers and distribution channels strawberries all categories of farms. Established proportion of products that are in the commodity-money circulation and natural production. The features of export-import operations in the domestic market strawberries, including: foreign trade balance is positive, that is exports exceeding imports considerably (5-7 times); the main importing countries strawberries are Greece, Turkey and Spain; the bulk of strawberries were exported to Russia (90,4%).

Введение. На рынке Украины земляника занимает особое место среди ягод. Она отличается от кустовых ягодников технологией выращивания, более быстрым вступлением в товарное плодоношение и высокой производительностью, условиями хранения и транспортировки, объемом рыночного предложения, уровнем потребления. Земляника является одним из любимых десертов не только в Украине, но и в мире. Ягода богата витаминами и минеральными соединениями, поэтому ее полезно включать в рацион человека. Однако рынок земляники пока находится на стадии развития и вызывает научный интерес в направлении дальнейшего развития его инфраструктуры.

Вопросами формирования, функционирования и развития отечественного рынка плодоягодной продукции занимались Л. П. Симиренко, П. Г. Шитт, В. В. Юрчишин, Д. Ф. Чухно, А. Н. Шестопаль, А. И. Шумейко, А. Е. Ермаков, В. А. Рульев, Г. М. Сатина, Т. А. Маркина, Л. А. Костюк и др. В их трудах вопросы отечественного рынка плодов и ягод отражены в целом, поэтому комплексное исследование рынка земляники требует дополнительного внимания. Недостаточно раскрытыми остаются экономические проблемы его эффективного функционирования на современном этапе рыночной трансформации экономики и аграрного сектора. В частности, более углубленного научного исследования как в теоретико-методологическом, так и в практическом аспекте требуют такие вопросы, как соотношение спроса и предложения на ягоды, производство в сельскохозяйственных предприятиях и собственных хозяйствах, ценообразование, рыночная инфраструктура, маркетинговая деятельность, государственный протекционизм и др.

Цель работы: исследовать основные параметры функционирования и развития отечественного рынка земляники.

Материал и методика исследований. Основой исследований служил диалектический метод познания рыночных процессов и системный подход к изучению проблем, которые возникают при движении ягод земляники от товаропроизводителей к потребителям.

Результаты исследований и их обсуждение. Прежде чем непосредственно перейти к предмету исследований, кратко охарактеризуем, что собой представляет современный рынок земляники в Украине. Его можно считать агрегативным, поскольку он состоит из множества сходных по происхождению товара субрынков. Первоначально он распределяется на рынки свежих ягод земляники, продукты их пищевой и технической переработки. А в дальнейшем разграничивается на субрынки низших иерархических уровней: земляника ранних, средних и поздних сроков созревания соответственно; варенье, джемы, пастила, соки, кондитерские изделия, консервированные и замороженные ягоды; парфюмерные товары, алко-

гольные напитки, лекарственные настои и вытяжки, фармацевтические препараты. Итак, потребительские свойства земляники обуславливают ее широкое использование не только в свежем виде. Это придает веса продукции как важной составляющей отечественного товарооборота на потребительском рынке.

Украина в мировом производстве земляники занимает двенадцатое место. Лидером по валовым сборам являются США – 31% (1,4 млн. т) от мирового производства (4,5 млн. т). На рынке Украины оперируют два принципиально различных по своей хозяйственной сущности виды товаропроизводства земляники: приусадебное (производители – собственные хозяйства) и промышленное (сельскохозяйственные предприятия) (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика площадей, урожайности, валового сбора земляники в Украине

| Годы | Все категории хозяйств | в том числе | | | |
|---|------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------|----------------------------------|
| | | сельскохозяйственные предприятия | в % ко всем категориям хозяйств | хозяйства населения | сельскохозяйственные предприятия |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Площадь плодоносных насаждений, тыс. га | | | | | |
| 2010 | 8,1 | 0,8 | 9,9 | 7,3 | 90,1 |
| 2011 | 8,2 | 0,9 | 11,0 | 7,3 | 89,0 |
| 2012 | 8,4 | 1,1 | 13,1 | 7,3 | 86,9 |
| 2013 | 8,6 | 1,2 | 14,0 | 7,4 | 86,0 |
| 2014 | 8,2 | 1,2 | 14,6 | 7,0 | 85,4 |
| Урожайность, т/га | | | | | |
| 2010 | 7,0 | 6,0 | 85,7 | 7,1 | 101,4 |

Продолжение таблицы 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|----------------------|------|-----|------|------|-------|
| 2011 | 6,8 | 5,6 | 82,4 | 6,9 | 101,5 |
| 2012 | 7,1 | 5,7 | 80,3 | 7,3 | 102,8 |
| 2013 | 8,3 | 6,4 | 77,1 | 8,6 | 103,6 |
| 2014 | 8,1 | 6,5 | 80,2 | 8,4 | 103,7 |
| Валовой сбор, тыс. т | | | | | |
| 2010 | 57,2 | 4,8 | 8,4 | 52,4 | 91,6 |
| 2011 | 56,0 | 5,1 | 9,1 | 50,9 | 90,9 |
| 2012 | 60,0 | 6,2 | 10,3 | 53,8 | 89,7 |
| 2013 | 70,7 | 7,7 | 10,9 | 63,0 | 89,1 |
| 2014 | 66,9 | 8,0 | 12,0 | 58,8 | 87,9 |

Источник: рассчитано по материалам Государственной статистической службы Украины [2, 4].

В производстве ягод земляника в 2014 г. занимала 50,3% (66,9 тыс. т). Это довольно незначительная доля, учитывая то, что она отмечается более быстрой ротацией по сравнению с семечковыми и косточ-

ковыми культурами, что обуславливает ее инвестиционную привлекательность.

Основная масса земляники на отечественном рынке формируется за счет собственных хозяйств. В течение 2010-2014 гг. они обеспечивали в среднем 89,7% валового сбора. Сложность финансового обеспечения сельскохозяйственных предприятий наряду со значительным подорожанием энергоресурсов, удобрений, средств защиты растений, ошибки в инвестиционной и маркетинговой деятельности, низкий платежеспособный спрос – все это приводит к быстрому сокращению промышленной отрасли. Итого, в сельскохозяйственных предприятиях при незначительных массивах плодоносящих площадей под земляникой (0,8-1,2 тыс. га), практически стабильной урожайностью наблюдается некоторое повышение объемов валовых сборов – до 8,0 тыс. т. Следует заметить, что урожайность в собственных хозяйствах несколько превышает уровень сельскохозяйственных предприятий – в среднем на 26,6%. Одним из факторов, определяющих урожайность ягодных культур, является количество внесенных органических и минеральных удобрений и применение средств защиты растений от вредителей, болезней и сорняков. По нашим наблюдениям, собственные хозяйства под землянику вносят удобрения, но практически не применяют средства защиты растений. Поэтому ее высокая производительность обусловлена в основном благоприятными почвенно-климатическими условиями.

Учитывая перемещения производства ягод в собственные хозяйства, наблюдается региональная деконцентрация их площадей по всей территории государства. Больше всего производится земляники в Винницкой, Днепропетровской, Донецкой, Житомирской, Киевской областях – 30,7 тыс. т или 45,9%, где сконцентрировано 3,0 тыс. га или 36,6% площадей плодоносящих насаждений. Это объясняется высокой урожайностью ягод земляники в хозяйствах населения, его плотностью (в 1,5-2,5 раза выше, чем в других областях Украины), плотностью насаждений, предпочтениями населения, высоким потребительским спросом.

Производство земляники на человека в год в среднем за 2010-2014 гг. составляет 1,4 кг. В 2014 г. оно увеличилось по сравнению с 2010 г. на 33% – до 1,6 кг на человека в год. Однако это все еще недостаточно для обеспечения оптимальной нормы потребления – 2 кг на человека в год [5]. Даже учитывая другие направления использования или потери земляники, современные объемы валовых сборов покрывают лишь 77,9% необходимых потребностей (85,9 тыс. т).

Уровень потребления земляники в Украине составляет около 1,0-1,2 кг на человека в год, а это 50-60% нормы потребления. Спрос на ягоды земляники в значительной мере определяется размером совокупных дохо-

дов населения. Низкая покупательная способность украинцев является одной из главных причин ограничения емкости внутреннего рынка. Снижение платежеспособного спроса населения, рост цен на коммунальные услуги и инфляция на потребительском рынке – все это приводит к снижению реальных доходов населения. Поэтому в ягододовстве потребители являются основными инвесторами.

Заметим, что товарное предложение на отечественном рынке частично формируется за счет импортных поставок. Их объемы в 2012–2013 гг. значительно выросли по сравнению с 2010 г. – в 10,5 раза, что связано со снижением таможенных тарифов после вступления в ВТО (табл. 2). Ограниченность импорта ягод земляники в Украине связана с низким платежеспособным спросом населения.

Таблица 2 – Баланс внешней торговли земляникой, т

| Показатели | Годы | | | | Индекс 2014 г. к 2010 г. |
|-------------------|-------|-------|--------|--------|-----------------------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | |
| Экспорт земляники | 700,7 | 678,9 | 1286,5 | 1039,9 | 1,5 |
| Импорт земляники | 17,4 | 128,6 | 183,9 | 183,0 | 10,5 |
| Сальдо | 683,3 | 550,3 | 1102,6 | 856,9 | 1,3 |

Источник: рассчитано за данными FAO [6]

В целом в Украине сложилось положительное сальдо в торговле свежей земляникой (экспорт значительно превышает импорт – в 5-7 раз). Импортные поставки земляники в 2013 г. поступали преимущественно из Греции – 670,8 т, Турции – 171,0 т, Испании – 122,5 т. Вместе их ввоз составил – 92,7%. В случае с продукцией переработки наблюдается значительное преимущество экспортных поставок как замороженных так и консервированных ягод над импортными. Причин несколько: во-первых, переработанную ягодную продукцию не готовую для потребления (например, концентраты для изготовления соков) можно транспортировать с гораздо меньшими потерями, чем свежую; во-вторых, готовая продукция отечественного производства (свежая и переработанная) является неконкурентоспособной на мировом рынке, поэтому экспортируется в виде сравнительно «дешевого» сырья. К тому же следует принять во внимание тот факт, что украинские предприятия не имеют на данный момент нужных технологий и средств перевозки для длительного хранения ягод в свежем виде.

Сельскохозяйственные предприятия осуществляют продажу ягод за границу. Основная доля земляники в 2013 г. экспортировалась в Россию – 90,4% (165,5 т). Однако незначительная доля ее промышленного производства и снижение конкурентоспособности (качества, отсутствие привлекательной товарной упаковки, специально оборудованных хранилищ для хранения) приводит к сокращению экспорта этих ягод.

Основная товарная масса ягод, поступающая в продажу на рынок, формируется собственными хозяйствами, которые реализуют приблизительно 74,3% произведенной продукции (табл. 3). Другая часть ягод используется преимущественно для собственного потребления – 23-26%.

Таблица 3 – Использование земляники хозяйствами населения Украины, тыс. т

| Показатели | Годы | | | | |
|------------------------------|------|------|------|------|------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Объемы производства, в т. ч. | 52,4 | 50,9 | 53,8 | 63,0 | 58,8 |
| – на потребление | 34,8 | 33,8 | 35,7 | 41,8 | 39,0 |
| – продажа | 14,4 | 14,0 | 14,8 | 17,3 | 16,2 |
| – безвозмездно | 2,6 | 2,5 | 2,7 | 3,2 | 2,9 |
| – потери при хранении | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,5 |
| – прочие расходы | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| – на корм скоту | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |

Источник: рассчитано автором по материалам обследований Института аграрной экономики УААН и анкетных опросов хозяйств населения Черновицкой и Полтавской областей [1]

Реализация земляники сельскохозяйственными предприятиями осуществляется по следующим каналам: городские рынки, продажа через собственные магазины, ларьки, населению в счет оплаты труда и по другим каналам [3]. Основная ее часть (около 55% общего объема продаж) реализуется по другим каналам – коммерческим структурам.

Заметим, что предприятиям выгоднее реализовать землянику в качестве сырья для переработки. Это уменьшает расходы на перевозку, хранение и продажу. К тому же ягоды можно реализовать одной партией, что уменьшает потери при их хранении и реализации.

Нерешенной проблемой качественного обеспечения спроса ягодами земляники является неравномерность ее реализации в течение года по объективным причинам. Максимум реализации по многолетним наблюдениям приходится на период завершения массовой уборки – июль. Далее наблюдается спад – и с сентября по октябрь на рынке в продаже остается только ремонтантная земляника.

Средняя закупочная цена на землянику по всем каналам реализации составляет 13,00 грн/кг, тогда как розничная рыночная цена в 2,5-3 раза выше. Последняя является определяющей. На рынке земляники она формируется под влиянием спроса и предложения с учетом конкуренции со стороны производителей. Хотя эта ягода выращивается в основном в собственных хозяйствах, где преобладает ручной труд и высокая себестоимость продукции, на ценах особенно это не сказывается, ведь население продает ее на городских рынках, где оплачивает только рыночный сбор. Цена реализации является слишком высокой для потребителей из-за их

низкой покупательной способности и слишком низкой для первичного звена, поскольку основная часть прибыли сосредотачивается у посредников.

Исследование уровня обеспечения потребностей отечественных потребителей в ягодах земляники показало, что общая доля их фактического удовлетворения в сфере товарно-денежного обращения составляет приблизительно 78,3%, в т. ч.: 74,3% находится в мелкотоварных и 4,0% в высокотоварных хозяйствах. В сфере натурального производства размещается около 21,7% ягод. Сокращение доли натурального и низкотоварного производства земляники возможно при условии расширения промышленного ягодоводства, повышении платежеспособного спроса населения и строительстве надлежащей инфраструктуры рынка.

Вывод. Таким образом, исследование рынка земляники свидетельствует о том, что основную массу товарного предложения формируют собственные хозяйства. Сельскохозяйственные предприятия не способны в современных условиях эффективно оперировать на отечественном рынке. Причины этого: отсутствие материально-технического обеспечения; несовершенство работы маркетологов; недостаточная поддержка государства; высокая трудоемкость производства. Такая ситуация является экономически неоправданным явлением, которое вызывает ряд деструктивных процессов в формировании отечественного рынка земляники, в частности, обуславливает его неорганизованность и недостаточное регулирование. При таких условиях функционирования рынка товарное предложение не удовлетворяет потребности населения, согласно установленной нормы потребления.

Среди комплекса организационно-экономических мер, направленных на улучшение продовольственного обеспечения, первостепенное значение в условиях диспропорции рынка уделяется проблемам реализации земляники, увеличению уровня платежеспособности населения, пропаганде здорового образа жизни и оптимальной структуры питания, а также формированию эффективного и многоассортиментного предложения свежих ягод и продуктов их переработки отечественными товаропроизводителями в первую очередь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ефективність сільськогосподарського виробництва в особистих господарствах громадян (за матеріалами обстеження) / За ред. П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, Ю. Я. Лузана – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 378 с.
2. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду за 2014 рік / [Відп. за вип. О. М. Прокопенко]. – К, 2015. – 155 с.
3. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2014 рік / [Відп. за вип. О. М. Прокопенко]. – К, 2015. – 112 с.
4. Статистичний щорічник України за 2014 рік / [уклад. О.Г. Осаулєнко; відп. за вип. О. Е. Остапчук]. – К. : Консультант, 2015. – 560 с.

5. Харчова промисловість України: стан та перспективи (стилий виклад) / за редакцією академіка НАН України І. Р. Юхновського – К.: ФАДА, ЛТД, 2001. – 32 с.
6. FAOSTAT – FAO Statistics Division 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/>

УДК 338.012:330.354

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ БЕЛАРУСИ

В. И. Сильванович

УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
г. Гродно, Республика Беларусь

(Поступила в редакцию 16.06.2015 г.)

***Аннотация.** Эффективность функционирования сельского хозяйства Республики Беларусь определяется комплексным развитием факторов аграрного производства в целом и основных средств в частности. В этой связи статья посвящена горизонтальному и вертикальному ретроспективному анализу развития основного капитала в национальном сельском хозяйстве.*

***Summary.** Effective functioning of the agriculture of the Republic of Belarus is determined by the complex development of the factors of agricultural production in general and fixed assets in particular. Therefore, the article is devoted to the horizontal and vertical retrospective analysis of fixed capital in the national agriculture.*

Введение. Проблема развития основного капитала в сельском хозяйстве имеет важное значение для обеспечения устойчивого и сбалансированного экономического роста национального аграрного сектора экономики. Исследование проблем изменений в состоянии и условиях развития основных средств в сельском хозяйстве – ключевой фактор, определяющий результаты сельскохозяйственного производства, детерминированный необходимостью выявления устойчивых и значимых трендов в капиталобеспеченности аграрного сектора экономики Беларуси, которые определяют перспективы инновационного развития сельскохозяйственного производства. Теоретико-методологическая и практическая актуальность всестороннего анализа факторных условий развития сельскохозяйственного производства и его результатов, критически важное влияние сельского хозяйства на процессы, протекающие в экономике Беларуси, обусловили выбор темы научного исследования.

Цель работы: проанализировать динамику, структуру и условия развития основных средств в сельском хозяйстве Республики Беларусь.

Материал и методика исследований. Исходным материалом для проведения исследований послужили статистические публикации Национального статистического комитета Республики Беларусь, вторичные ста-