

М.А. Челомбитько, канд. с.-х. наук, доц. (*УО БГАТУ, Минск*)

А.П. Шкляров, канд. с.-х. наук, доц. (*УО БГАТУ, Минск*)

Т.А. Царикевич, студ. (*УО БГАТУ, Минск*)

Д.Н. Одарченко, д-р техн. наук, проф. (*ХГУПП, Харьков*)

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ЛЬНА И ЛЬНОПРОДУКЦИИ

Являясь одной из распространенных технических культур в мире, возделываемой для производства волокна и масла, лен известен во многих странах и на всех континентах. Наибольшая часть посевов льна в мире ориентирована на производство льносемян на пищевые и технические цели. Специфика условий выращивания культуры, ее требований к почвенно-климатическим условиям довольно резко ограничивает число стран-производителей льнопродукции, а также влияет на определенную национальную специализацию, наблюдаемую в «льняном мире». Так, Аргентина, Канада и Индия являются крупнейшими производителями масличного льна, а страны Западной Европы – основными потребителями продуктов ее переработки. Основными производителями волокнистой льнопродукции являются европейские страны, Россия, Беларусь, Украина. В 90-е годы к ним присоединился Китай.

В настоящее время масличный лен занимает 3000 тыс. га, а лен-долгунец – 600 тыс. га посевных площадей. Мировое производство льносемян составляет 2,39 млн т. Его сбор в Канаде и Китае, которые являются ведущими производителями этого пищевого продукта, достигает 1,38 млн т, что составляет 57,7% от мирового производства семян льна. Эти же страны и США являются основными производителями льняного масла в мире. Канаде принадлежит почти 80% мировых продаж льняного масла. Индия считается третьим крупнейшим производителем льняного масла в мире. Объем пищевого льняного масла оценивается в 600–800 тыс. т, а льняного технического масла в 1,2–1,3 млн т. Привлекательные цены на льносемена стали стимулом для увеличения его посевов. По оценкам специалистов, в Канаде площади, занятые подо льном, увеличились за последние 5 лет на 19%, в США – более чем в 2 раза и составили 372 тыс. га.

Среднедушевое потребление масла растительного в Германии, Франции, Португалии, Англии составляет 18 кг в год, в США, Испании, Греции, Нидерландах – порядка 28, а в России, Беларуси и других странах СНГ – 17,6 кг в год. Большое потребление растительного масла в значительной степени объясняется большей долей овощей в рационе

питания населения, а также низким потреблением животного масла. По прогнозам экспертов, мировое потребление растительного масла к 2020 г. увеличится еще на 67%, или 90 млн т, что открывает новые перспективы для наращивания производства льносемян и торговли масличными продуктами его переработки.

В пределах всей производственной цепи – от производства сырья до реализации готовой льнопродукции, – по данным Международной конфедерации льна и конопли (CILC), затраты в странах Западной Европы составляют:

- в сельском хозяйстве (подготовка почвы, посев, уход, расстил и уборка урожая) – 5% от суммарной стоимости изделия;
- в первичной обработке (частичное приготовление тресты, трепание и куделеприготовление) – 6%;
- в текстильной промышленности (пряжение, ткачество и отделка) – 25%;
- уплата налогов и сборов, оптовая продажа – 14%;
- собственно торговля, включая внешнюю – 50%.

Большой удельный вес затрат на торговлю говорит о хорошо развитой системе маркетинга в западноевропейских странах. Считается, что в ближайшие годы специализация на мировом рынке достигнет очень высокого уровня: Китай и Россия будут производить волокно и семена (преимущественно на посев); Индия и Канада – семена для пищевых целей; Италия и Франция – высококачественное волокно, ткани и изделия из них; Англия – льняное масло и различную не текстильную продукцию; Германия – нетрадиционную продукцию; Голландия – высококачественные посевные семена.

Основными тенденциями, характеризующими развитие мирового рынка льнопродукции, являются:

- активизация процесса вывода специализированных текстильных производств Великобритании, Франции, Бельгии, Нидерландов, Германии на территорию стран Юго-Восточной Азии, Балтии, Восточной Европы и смещение этого процесса на территорию России;
- усиление конкурентоспособности производителей льняного текстиля стран Юго-Восточной Азии и Российской Федерации (в связи с их вступлением в ВТО), Балтии и стран Центральной Европы (в связи с их вступлением в ЕС);
- создание благоприятной маркетинговой среды на рынке ЕС и США для стран Юго-Восточной Азии, Балтии, Центральной и Восточной Европы, а также России.