

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КАРТОПЛІ В УКРАЇНІ

**КРУПА О. М., К.Е.Н.,  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

*Розглянуто сучасний стан функціонування ринку картоплі в Україні, досліджено динаміку виробництва і споживання картоплі, її надходження і витрати, а також канали і ціни реалізації. Виявлено негативні тенденції і запропоновано заходи щодо їх усунення.*

*The modern conditions of functioning of the potato market in Ukraine are considered. Dynamics of potato production and consumption, its cost price and also channels and the realization prices are investigated. The negative tendencies are revealed and measures on their elimination are offered.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Картоплярство – одна з найважливіших галузей сільськогосподарського виробництва в нашій країні. Україна входить до четвірки найбільших країн – виробників картоплі у світі, поступаючись лише таким потужним державам, як Китай, Росія та Індія, і випереджаючи США, Німеччину, Польщу. З 2005 р. на частку України припадало 6,0% світового виробництва картоплі (19,1–19,7 млн. т). При цьому втрати під час збирання становлять 15–20%. Середня урожайність картоплі у світі, починаючи з 2005 р., становить 165–180 ц/га, тоді як в Україні вона не перевищує 140 ц/га. Країни-лідери (Нідерланди, США, Швейцарія) збирають понад 400 ц/га картоплі. Зниження ефективності вирощування картоплі, нестабільність і непрогнозованість попиту і пропозиції свідчать про необхідність забезпечення повноцінного функціонування ринку картоплі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями виробництва і реалізації картоплі знайшли відображення у наукових працях А. Бондарчука, П. Киценка, В. Кононученка, Л. Мех, Р. Лаврова, А. Погорілого, Ю. Цимбалюка, Р. Демченко, Т. Приймачука та інших. Проте існує ще багато невирішених питань функціонування ринку картоплі в Україні, які потребують детального вивчення і вирішення.

**Формулювання цілей статті.** Беручи до уваги останні тенденції у галузі картоплярства, основна ціль статті полягає у науковому дослідженні надходження і використання картоплі, каналів реалізації

картоплі сільськогосподарськими підприємствами, а також динаміки цін. Результати досліджень будуть підставою для обґрунтування подальшого розвитку галузі і налагодження системи збуту і переробки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливим показником розвитку картоплярства є рівень виробництва і споживання картоплі на одного жителя. В Україні показник виробництва становить 427 кг, тоді як у світі – 48 кг. Більше картоплі в розрахунку на одну особу вирощують лише у Білорусі (739 кг) та Нідерландах (434 кг). Україна перебуває на четвертому місці у світі за споживанням картоплі на душу населення. Виробництво картоплі в розрахунку на одну особу значно перевищувало споживання, яке в свою чергу було значно вищим за раціональні і мінімальні норми (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Динаміка виробництва і споживання картоплі на одну особу в Україні [1]**

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р. до 2005 р., %
Виробництво, кг/особу	413	416	411	423	427	408	98,8
Споживання, кг/особу	136	134	130	132	133	129	94,9
Перевищення виробництва над споживанням, разів	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	X
Перевищення споживання над нормою 124 кг), %	109,7	108,1	104,8	106,5	107,3	104,0	X

В Україні за досліджуваний період і виробництво, і споживання картоплі на одну особу зменшилося, що засвідчує відсутність перевиробництва і споживання населенням інших продуктів харчування. Виробництво картоплі перевищувало споживання в середньому в 3,2 рази. Перевищення споживання над нормою було незначним і мало тенденцію до зменшення.

Більше за норму у 2010 р. вживали олії – на 14%, хлібопродуктів – 10%. Проте споживання молока і молокопродуктів було меншим

норми на 46%, м'яса та м'ясопродуктів – на 35%, овочів і баштанних – на 11% .

У структурі витрат картоплі споживання населенням у 2010 р. становило 30,9%, використання на корм – 29,3%, насіннева картопля складала 25,6%, втрати при зберіганні 7,8%, переробка – 6,4%.

Загальну характеристику розвитку картоплярства в країні можна отримати з балансу картоплі. Зокрема у 2010 р. порівняно з 2005 р. запаси на початок року зросли у 4,1 раза (табл. 2).

Таблиця 2

**Баланс картоплі , тис. т [1]**

	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р. до 2005 р., %
Виробництво	19462	19467	19102	19545	19666	18705	96,1
Зміна запасів на кінець року	-100	-61	57	423	156	-410	у 4,1раза
Імпорт	5	21	7	10	15	30	у 6,0раза
Всього ресурсів	19567	19549	19052	19132	19525	19145	97,8
Експорт	6	6	3	3	5	8	133,3
Витрачено на корм	5985	5849	5656	5724	5842	5606	93,7
Витрачено на посадку	5128	4976	5038	4930	4936	4897	95,5
Втрати та переробка на нехарчові цілі	2062	2469	2290	2376	2616	2720	131,9
Фонд споживання	6386	6249	6065	6099	6126	5914	92,6

Виробництво картоплі за досліджуваний період залишається відносно стабільним, а от імпорт збільшився у 6,0 разів. Протягом досліджуваного періоду витрати картоплі мали позитивну тенденцію. Так, експорт і втрати та переробка на нехарчові цілі збільшилися відповідно на 33,3 і 31,9%, а витрати на посадку, корм і споживання зменшилися на 4,5, 6,3 і 7,4%.

Головною проблемою експорту є неконкурентоспроможність картоплі, що зумовлено високою витратністю виробництва в умовах застарілих технологій, низькими сортовими якостями бульби, тим, що немає ефективної маркетингової діяльності, потрібної для просування продукції на зовнішній ринок. Саме цим можна пояснити незначні обсяги експорту картоплі з України [2].

Особливу увагу необхідно звернути на особливості структури імпорту картоплі із країн ближнього і дальнього зарубіжжя. В першу чергу імпортують овочі, які відповідають чітким параметрам і являються сучасним якісним продуктом технологічного виробництва. Це картопля, яка використовується у фас-фудах, картопля з різними стадіями обробки (поріzana, заморожена, в складі різних сумішей – у вакуумних упаковках), а також помита і розфасована картопля для супермаркетів (яка має набагато товарніший вигляд, ніж українська). Враховуючи той фактор, що кількість торгових сіток і ресторанів, які використовують картоплю з чітко нормованими характеристиками, росте, то й імпорт картоплі буде зростати, оскільки в Україні таку продукцію не виробляють. Українська картопля – не завжди високої якості, а дрібні виробники не можуть забезпечити ні її фасування, ні товарний вигляд.

Значна частина імпортової картоплі направляється на потреби підприємств із виготовлення напівфабрикатів, підприємства громадського харчування та реалізується через супермаркети. Тобто тими каналами, по яких мають здійснюватись регулярні поставки певної кількості картоплі з пакетом необхідних документів. Взагалі, український ринок картоплі має свою специфіку. Майже 97% відсотків картоплі вирощується населенням на власних земельних ділянках для власних харчових потреб та відгодівлі свійської худоби. Певна кількість картоплі реалізується власниками домогосподарств на ринках, де доляльно ставляться до відсутності сертифікатів та інших подібних документів.

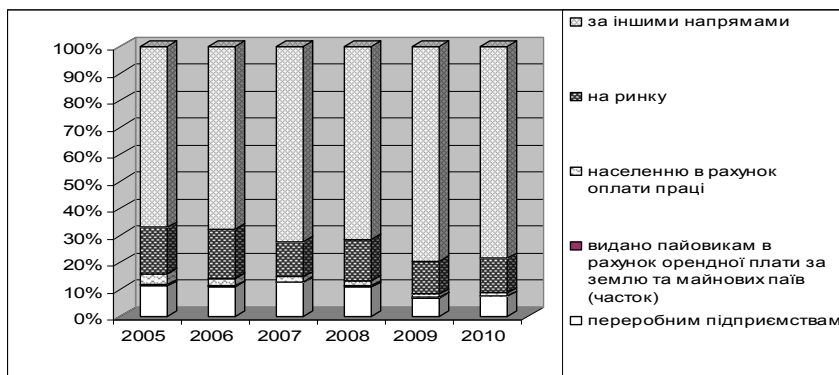
Характерною рисою для особистих господарств є те, що вони вирощують картоплю для власного харчування та годівлі домашніх тварин, але близько половини, а то й більше використовують для реалізації. Ось тут і постає питання – куди і коли вигідніше збувати картоплю? В основному селяни реалізують картоплю на ринках в районних і обласних центрах у невеликих кількостях. Прибутковим є продаж картоплі в південних областях, де виробляється недостатня кількість цього виду продукції. Але виробник сам змушений доставити картоплю на ринки південних областей, а це не всім під силу. Саме тому велика частка товарної картоплі припадає на приватні підприємства, які здійснюють заготівлю і подальший перепродаж.

На внутрішньому ринку продають 2,6-2,7 млн. т картоплі в рік, тобто тільки 13% картоплі проходить через цивілізований ринок, де

55% – це великі господарства-виробники картоплі, 45% – дрібні. Ще декілька років тому це співвідношення становило 30 і 70%. Отже, постійно збільшується частка професійних виробників картоплі.

Структура реалізації картоплі сільськогосподарськими підприємствами останніми роками суттєво не змінилася (рис.1). Питома вага всіх каналів реалізації протягом 2005-2010 рр. постійно зменшувалася і лише реалізація за іншими напрямками збільшилася. Зменшення питомої ваги реалізації картоплі населенню в рахунок оплати праці (на 2,7%) і пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (на 0,3%) можна пояснити зміцненням економічного стану підприємств, що дозволило збільшити готівкові розрахунки, а розрахунки продукцією були вимушеним і негативним явищем.

На 4,6% зменшилася частка реалізації картоплі на ринку. Сільськогосподарським підприємствам невигідно продавати картоплю на ринку, де вони несуть значні витрати на реалізацію і не мають жодної гарантії того, що їм вдасться реалізувати певну партію товару. Адже на місці зруйнованого гуртового ринку виникли стихійні ринки, на яких підприємства з виробників змушені перетворюватися на реалізаторів.



**Рис. 1. Структура реалізації картоплі сільськогосподарськими підприємствами України [1]**

Негативним є зменшення частки реалізації картоплі переробним підприємствам, хоча у 2010 р. роль цього каналу дещо зросла. Проблемою українського ринку картоплі продовжує залишатися

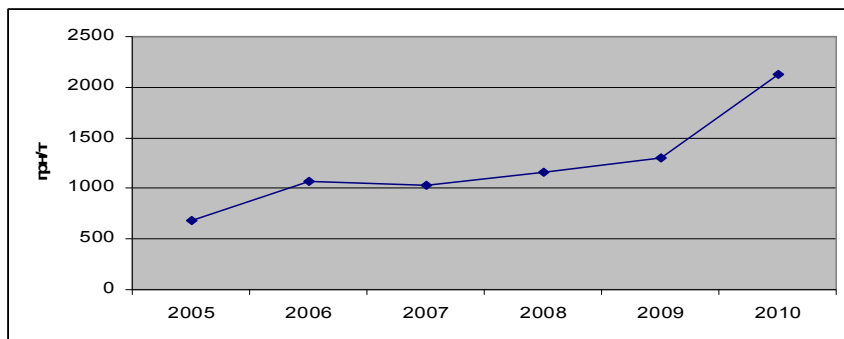
реалізація картоплі у свіжому вигляді, а продукти переробки і напівфабрикати для фаст-фудів й надалі імпортують.

Переважаючою і постійно зростаючою виродовж останніх 6 років є реалізація картоплі за іншими каналами, тобто сільськогосподарські підприємства самотужки шукають канали збуту, які є непостійними і не завжди вигідними.

В умовах сьогодення, коли переважну більшість у виробництві картоплі займають господарства населення, зведена до мінімуму роль такого каналу реалізації картоплі, як заготівельні і переробні підприємства, а набувають поширення нові канали збуту (реалізація торговим посередникам, закладам громадського харчування тощо). Недосконалість ринку сільськогосподарської продукції зумовлює невизначеність щодо реалізації картоплі на ринку.

Загальновідомо, що ринок картоплі, як і весь агропродовольчий ринок, формується безпосередньо під впливом попиту і пропозиції. Саме від цих двох факторів залежить ціна реалізації, яка напряму впливає на ефективність реалізації картоплі.

Досліджуваний період характеризує стійка тенденція до зростання ціни реалізації картоплі (рис. 2). У 2010 р. ціна реалізації 1 т картоплі зроста порівняно з 2005 р. на 1445,8 грн. (у 3,1 раза).



**Рис. 2. Середні ціни реалізації картоплі сільськогосподарськими підприємствами України [1]**

Досить вигідною ділянкою в картоплярстві є вирощування ранньої картоплі. Вона вимагає дещо більших затрат праці і містить ризик через весняні морози, але може принести значні доходи. Адже найвищі ціни, які можуть бути на картоплю, це ціни на ранню

картоплю. Трохи нижчі, але стабільніші ціни помітні в лютому – березні, коли спостерігаємо весняне поживалення пропозиції картоплі та зростання попиту малозабезпечених верств населення.

Щороку ціни на картоплю знижуються, починаючи з серпня, і є мінімальними в період збирання врожаю, тобто всю осінь аж до грудня. На початку року ціни на товарну картоплю починають стрімко зростати і найвищими вони є в квітні – травні, коли отримують урожай ранньої картоплі.

Використання картоплі на переробку стримується відсутністю спеціалізованих картоплепереробних підприємств та їхнім перепрофілюванням. У країні виробляється картопле продуктів (сушених, консервованих, смажених) 25-30 тис т при попиті 100 тис т. [3, с. 9].

Виробництво більшої частини картоплі в державі особистими господарствами населення з великими затратами праці — явище вимушене і тимчасове. Основні її обсяги мають виробляти спеціалізовані товарні господарства причому в сприятливих природно-кліматичних зонах [4, с. 68].

На необхідність побудови нової інфраструктури вказують сьогодні і аналітики аграрного ринку. Основна проблема – побудова інтегрованої структури, яка буде виробляти і вирощувати картоплю на різні види крохмалю, сортові потреби, потреби окремих видів продукції (наприклад, під чіпси та інші продукти, для яких необхідні певні сорти). Друга проблема картоплярства – відсутність сховищ. Немає крупного товаровиробника, контролю якості, і від того страждає кінцевий споживач, отримуючи неперевірену картоплю.

Промислова переробка картоплі в Україні – це перспективна галузь, яка здатна не лише забезпечити населення широким асортиментом продуктів харчування, збут вирощеної сільськогосподарськими товаровиробниками сировини, а й збалансування на економічно вигідній основі інтересів суб'єктів ринку [5, с. 19].

На сучасному етапі розвитку картоплярства основними проблемами є: відсутність спеціалізованого виробництва, низька матеріально-технічна забезпеченість галузі технікою, добривами, засобами захисту; висока ресурсомісткість виробництва, складності із

збутом вирощеної продукції здебільшого за відсутності налагодженої системи збуту, відсутність повноцінного ринкового середовища і нерегульованість взаємовідносин інфраструктурних суб'єктів ринку картоплі. з метою стабілізації виробництва, поліпшення якості та створення оптового ринку картоплі необхідно забезпечити: застосування досягнень науково-технічного прогресу, збільшення площ посадки картоплі в сільськогосподарських підприємствах і фермерських господарствах та переорієнтацію їх на спеціалізовані господарства, створення сучасного комплексу елементів інфраструктури ринку; вдосконалення організаційної структури насінництва; кооперацію виробників, спрямовану на створення насінницьких, постачальницьких, збутових та інших об'єднань; завоювання зовнішнього ринку шляхом підвищення конкурентоспроможності картоплі та модернізації переробних підприємств [6, с. 50].

Важливе значення для відродження галузі має підвищення попиту на продукцію картоплярства, що у свою чергу вимагає розвитку підприємств з глибокої переробки картоплі. За умов відродження та інтенсивного розвитку тваринницьких галузей неминучою буде зміна структури харчування населення, що призведе до відповідного скорочення споживання картоплі у свіжому вигляді, а це далеко не рівнозначне скороченню споживання картоплі взагалі.

**Висновки.** Реалізація картоплі має здебільшого стихійний та несистемний характер, особливо тієї, яку виробляють у господарствах населення. В умовах відсутності системи заготівельних організацій основними каналами збуту картоплі є продуктові ринки, заклади громадського харчування, приватні торгові посередники. Рівень цін на картоплю характеризується відносною стабільністю майже впродовж цілого року. Різкі стрибки цін мають місце лише впродовж червня – липня, тобто періоду між надходженнями на ринки ранньої картоплі та картоплі від основного врожаю.

Основними умовами розвитку ринку картоплі є державна підтримка заходів щодо формування агропродовольчого ринку, зокрема, його інфраструктури, використання у виробництві сортів, що мають високі споживчі і технологічні якості, розвиток підприємств з промислової переробки, покращення асортименту та товарного



вигляду продукції картоплярства, належне інформаційне забезпечення функціонування ринку, а також забезпечення рівних умов, прозорості та паритетності взаємовідносин у реалізації.

Як відомо, картопля належить до групи низькоякісних продуктів харчування. У результаті зростання доходів населення попит на неї знижується. Тому нерідко картоплю вважають продуктом харчування для бідних. Однак продукти переробки картоплі користуються досить високим попитом. Тому впровадження нових сучасних технологій переробки, розширення асортименту продукції, на наш погляд, стимулюватиме зростання попиту на сиру картоплю і сприятиме переведенню її виробництва на промислову основу.

Світовий досвід показує, що виробник одержує найбільший ефект тоді, коли реалізує не сировину, а продукти її переробки, кінцеві продукти споживання. Тому високорозвинені країни ніколи не експортують сировину, а мають потужності з комплексної переробки сировини і реалізують кінцевий продукт споживання. Реалізація кінцевого продукту дає змогу впливати на реалізаційну ціну продуктів харчування, еквівалентний обмін між містом і селом.

### **Література.**

1. Статистика сільського господарства та навколишнього середовища : публікації [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

2. Демченко Р. Ринок картоплі в Україні [Електронний ресурс] // Пропозиція. – 2009. – №2. – Режим доступу : [www.propozitsiya.com](http://www.propozitsiya.com).

3. Картоплярство : міжвідомчий тематичний науковий збірник. Вип. 37 / УААН Інститут картоплярства. – К. : Аграрна наука, 2008. – 259 с.

4. Приймачук Т. Ю. Економічні аспекти розвитку ринку картоплі в Житомирській області / Т. Ю. Приймачук, Н. В. Вождай, Т. Ю. Лукашенко, А. В. Проценко // Вісник аграрної науки. – 2008. – №8. – С. 65–69.

5. Лавров Р. В. Сучасний стан і проблеми формування ринку картоплі в Україні / Р. В. Лавров // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №6(72). – С. 12–20.

6. Бондарчук А. А. Стан картоплярства в Україні та перспективи його розвитку / А. А. Бондарчук // Вісник аграрної науки. – 2006. – №3/4. – С. 49–51.