

КОБА Т. М.

аспірант

Національний університет біоресурсів та природокористування України

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗІ ХМЕЛЯРСТВА В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Метою статті є обґрунтування заходів організації конкурентоспроможного виробництва продукції галузі хмелярства, розробка ефективних науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо подальшого розвитку галузі хмелярства в сучасних умовах інтеграції у світове співтовариство. Ринок українського хмелю формується як за рахунок попиту на нього всередині країни, так і за рахунок його експорту. Внутрішній попит в основному визначається потребами пивоварної промисловості. Найбільшим поптом на ринку користуються сорти хмелю ароматичної групи. Наведені заходи підвищення конкурентоспроможності вітчизняної хмелепродукції нададуть можливість покращити нинішнє становище галузі і зробити продукцію хмелярства конкурентоспроможною на світовому ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, хмелярство, хмелепродукція, ринок, інтеграція.

КОБА Т. Н.

аспірант

Національний університет біоресурсів та природокористування України

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛИ ХМЕЛЕВОДСТВА В КОНТЕКСТЕ ІНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Целью статьи является обоснование мероприятий организации конкурентоспособного производства продукции отрасли хмелеводства, разработка эффективных научно обоснованных и практических рекомендаций дальнейшего развития отрасли хмелеводства в современных условиях интеграции в мировое сообщество. Рынок украинского хмеля формируется как за счет спроса на него внутри страны, так и за счет его экспорта. Внутренний спрос в основном определяется потребностями пивоваренной промышленности. Наибольшим спросом на рынке пользуются сорта хмеля ароматической группы. Приведенные меры повышения конкурентоспособности отечественной хмелепродукции предоставят возможность улучшить нынешнее положение отрасли и сделать продукцию хмелеводства конкурентоспособной на мировом рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, хмелеводство, хмелепродукция, рынок, интеграция.

КОВА Т. М.

postgraduate student

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

HOP-GROWING INDUSTRY COMPETITIVENESS IN THE CONTEXT OF INTEGRATION PROCESSES

The purpose of article are reasons for actions of the organization of competitive production of an industry of hop-growing, development of effective scientifically reasonable and practical recommendations of further development of an industry of hop-growing in modern conditions of integration into the world community. The market of the Ukrainian hop is created to demand for it within the country and to its export. The internal demand is generally determined by requirements of the brewing industry. In the market grades of hop of aromatic group are in the greatest demand. The given measures of increase of competitiveness domestic a hop-growing production will give opportunity to improve a present provision of an industry and to make products of hop-growing competitive in the world market.

Keywords: competitiveness, hop-growing, market, integration.

sofia-r@i.ua

Постановка проблеми. В сучасних ринкових умовах держава повинна регулювати ринки сільськогосподарської продукції, забезпечувати їх ефективне функціонування, тим більше в контексті розвитку світових інтеграційних процесів. Особливої актуальності набувають питання розвитку та функціонування такого особливого ринку, як ринок хмелю та хмелепродуктів.

На хмелярство у всіх розвинених державах, передусім у США, країнах ЄС, Китаї, Японії, Австралії та Новій Зеландії, поширюється багатопланова система заходів державної підтримки. Аграрний протекціонізм здійснюється, насамперед, за допомогою бар'єрів на імпорту продукції, що передбачають високі митні збори, нетарифні обмеження, податки на імпорту й інші заходи. Водночас у цих країнах держава надає пряму підтримку хмелярству за допомогою дотацій, пільгового фінансування та інших форм [1].

Аналіз останніх досліджень. Тенденції розвитку хмелярства, забезпечення сталих умов підвищення конкурентоспроможності виробництва та якості хмелю, виявлення подальших перспектив розвитку галузі знаходять відображення в працях А. Годованого, В. Зіновчука, Л. Корчової, І. Куровського, М. Ляшенка, Й. Рейтмана, К. Стеценка, О. Стойка, Т. Ратошнюк, М. Циганка та ін. Водночас, проблема підвищення конкурентоспроможності продукції хмелярства потребує більш глибокого і всебічного дослідження.

Мета і методика дослідження. Метою дослідження є обґрунтування заходів щодо конкурентоспроможного виробництва продукції галузі хмелярства, розробка ефективних науково обґрунтованих та практичних рекомендацій подальшого розвитку галузі хмелярства в сучасних умовах. Об'єктом дослідження є процес функціонування вітчизняного хмелярства на основі застосування високоефективних технологій виробництва у хмелегосподарствах. Предметом дослідження є сукупність методологічних та практичних аспектів конкурентоспроможності галузі в умовах ринкової адаптації.

В ході дослідження використано комплекс методів (статистико-економічний, аналізу та синтезу, монографічний та порівняння), що дозволило отримати науково обґрунтовані результати.

Результати дослідження. Викладене вище потребує виваженого підходу до умов глобалізації й інтеграції у світову спільноту, розробки методології та методики фінансової підтримки хмелярства і теоретичного обґрунтування, які б забезпечили економічні інтереси нашої держави в розвитку галузі, особливо в підприємствах, що займаються вирощуванням хмелю. Для хмелярства України вільна торгівля – це вільний, недискримінаційний доступ до світового ринку конкурентоспроможної хмелепродукції. Нашій країні необхідно буде використовувати можливості для освоєння нових ринків збуту продукції і розширення коопераційної співпраці у виробничій та науковій сферах. Доступ до сучасних технологій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного хмелю; залученню механізму ГАТТ для вирішення суперечок у торгівлі з використанням антидемпінгових заходів; можливості впливати на світову торгівлю хмелем через активну участь у розробці правил торгівлі; підвищенню ефективності відтворювального процесу в галузі через посилення конкурентної боротьби на внутрішньому ринку; збільшенню інвестицій та внутрішній державній фінансовій підтримці галузі хмелярства згідно зі світовими вимогами.

Безперечно, Україна в короткостроковий період зазнає суттєвих втрат від реалізації угод в рамках ГАТТ/СОТ. Для цього потрібно домогтися скорочення невиправданих витрат шляхом усунення торговельних бар'єрів. Втрати і негативні наслідки можливі через скорочення обсягів виробництва внаслідок низької конкурентоспроможності вітчизняного хмелю, податкових надходжень під час цінової конкуренції, зниження доходів бюджету від імпортного мита [2].

Ставши членом СОТ, Україна має враховувати напрями бюджетної підтримки сільськогосподарського виробництва, зокрема, виробництва хмелярської продукції: фінансування державних заходів на зниження вартості товарів і послуг, що надаються сільськогосподарським товаровиробникам постачальниками основних та оборотних засобів і фінансово-кредитними установами; безпосереднє фінансування державою сільськогосподарських товаровиробників: державні капітальні вкладення, видатки на поліпшення ґрунтів, боротьбу зі шкідниками та хворобами культур, податкові пільги, комбінована система галузевої підтримки; витрати на розвиток макроекономічного значення, тобто видатки на соціальне облаштування сільських територій, здійснення наукових досліджень у галузі рослинництва, захист внутрішнього ринку [3].

В таких умовах українське хмелярство не потрапляє до групи дотаційних галузей, а тому не буде забезпечуватися фінансовою підтримкою від членів СОТ і втратить державну підтримку з 1,5% збору на розвиток садівництва, виноградарства і хмелярства з таких причин:

- 1) відсутність українських сортів хмелю у європейському каталозі комерційних сортів рослин;
- 2) незабезпеченість галузі патенто захищеними технологіями виробництва і технічними засобами для вирощування, збирання, післязбиральної обробки та переробки хмелю;
- 3) затрати робочої сили на вирощування хмелю в Україні становлять 2500–2800 люд-год/га, тоді як у країнах Європейського Союзу вони у 2,3-2,5 разу менші;
- 4) відкритість українського ринку для імпортової хмелесировини і хмелепрепаратів із низькою реалізаційною ціною.

Одним із невідкладних стратегічних напрямів зовнішньоекономічної політики України, її поступової інтеграції у глобальні процеси, є вирішення комплексу завдань як члена СОТ, що повинно сприяти підвищенню ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, поліпшенню її конкурентоспроможності, створенню для цього сприятливих умов у середині країни та забезпеченню продовольчої безпеки держави [4].

Протягом багатьох десятиліть хміль для України був високоприбутковою специфічною культурою, яка в умовах розширеного виробництва здатна забезпечити потребу пивоварної й інших галузей національного господарства унікальною сировиною. Галузь була високорентабельною та сприяла розвитку інфраструктури віддалених сільських регіонів.

Вирощування хмелю в Україні завжди було орієнтовано на потреби вітчизняної галузі з виробництва пива, враховуючи при цьому національні багатотисячолітні традиції споживачів цього напою. В Україні пиво варили переважно з ароматичних сортів хмелю, воно мало приємну м'яку гіркоту та було запашним. Тому значна частина хмеленасаджень України – це тонкоароматичні й ароматичні високопродуктивні сорти хмелю [5].

У ринковому середовищі перевага надається сортам хмелю, які мають відповідати визначеним критеріям. Основними з них є: висока і стабільна врожайність, стійкість до різного роду патогенів і несприятливих факторів навколишнього середовища, придатність до інтенсивних технологій вирощування, зберігання та переробки в хмелепродукти. Основними вимогами до хмелесировини є відповідність даних сортів високим пивоварним критеріям – це наявність у них необхідних для пивоваріння гірких речовин, зокрема, альфа- й бета-кислот, певного складу ефірної олії, ксантогумолу і визначеного співвідношення компонентів у складі цих груп речовин. Технологічні характеристики вітчизняних та зарубіжних маркетингових вимог до якості хмелю спресованого наведено в таблиці 1.

З цих характеристик видно, що вимоги до якості хмелю вітчизняного набагато вищі порівняно з вимогами до якості хмелю іноземного виробництва, тобто чинні вітчизняні ДСТУ нічим не поступають Регламентам ЄС щодо вимог вирощування хмелепродукції.

У вітчизняних стандартах розглянуто детальні показники якості хмелю спресованого та методи їх визначення. В разі недотримання певних вимог під час сушіння, пресування та зберігання хмелю одержана хмелесировина буде не якісною. В результаті таку партію неможливо реалізувати увагу високою ціною або її вибракують.

Перед виведенням хмелепродукції на світовий ринок постає низка стратегічних завдань, які необхідно розв'язати: забезпечення реалізації конкурентних переваг галузі хмелярства України – людського, ресурсного, географічного, інноваційного, наукового, геополітичного, інфраструктурного потенціалу; реалізація визнаних в рамках СОТ правил і норм регуляторної політики, що стимулюватимуть збільшення виробництва продукції і поліпшення її якості згідно зі світовими стандартами; активізація інвестиційних процесів, надання їм інноваційної спрямованості; збільшення впливу прямих іноземних інвестицій; забезпечення зростання місткості внутрішнього ринку за рахунок збільшення доходів населення та прибутків підприємств; ріст обсягів і поліпшення структури експорту.

Технологічні характеристики вітчизняних та зарубіжних маркетингових вимог до якості хмелю спресованого

Показники	Максимальний вміст (% від маси)	
	Вимоги ДСТУ	Регламенти ЄС
Колір	Від світло-жовто-зеленого до золотисто-зеленого, зелений	Вимоги відсутні (-)
Запах хмелю: - ароматичних сортів - гірких сортів	Чисто хмельовий, ніжний хмельовий, різкий	- -
Масова частка води, %	9,0 – 12,0	12,0
Масова частка хмельових домішок (листя та стебла, відходи з хмелю), %	5,0	9,0
Лупулінові зерна	Світло-золотисто-жовті, блискучі, однорідні за кольором, липкі	-
Масова частка насіння, %, не більше	2,0	2,0
Ушкодження хмелю шкідниками, % не більше	5,0	-
Вміст нехмельових домішок	Не дозволено	-
Наявність плісняви	Не дозволено	-

Джерело: складено за даними [6, 7].

Отже, членство України в СОТ вимагає зниження рівня захисту внутрішнього ринку хмелепродукції шляхом зменшення на неї імпорتنих тарифів та поступової трансформації державної підтримки галузі хмелярства. Вирішенню питань конкурентоздатності українського хмелярства за членства України в СОТ сприятиме:

- розширення площ під окремими сортами – Слов'янська, Заграва, Альта та іншими до 20–30 га і більше під одним сортом у господарстві;
- внесення сортів у міжнародний реєстр;
- завершення комплексної механізації виробництва хмелю (поставити на виробництво вітчизняний хмелекомбайн);
- досягнення рентабельності виробництва хмелю на рівні 30–40% без дотацій (відшкодування витрат) з державного бюджету та інші заходи.

Отже, для підвищення ефективності галузі хмелярства потрібно докорінно поліпшити сортову структуру хмеленасаджень, вилучити з обороту сортосуміші та прискорено розмножувати конкурентоспроможні сорти, які за експертною оцінкою науковців і пивоварів заслуговують на першочергове впровадження і бюджетне фінансування. Також необхідним є обґрунтування та поширення ефективних форм організації виробництва хмелю, що відповідають ринковим умовам; застосування сучасних маркетингових технологій; формування ринкової інфраструктури та посилення інтеграційних процесів у галузі хмелярства [8, 9].

Ринок українського хмелю формується як за рахунок попиту на нього всередині країни, так і за рахунок його експорту. Внутрішній попит в основному визначається потребами пивоварної промисловості. Найбільшими попитом на ринку користуються сорти хмелю ароматичної групи. Важливим для забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності вітчизняної хмелепродукції є розширення її асортименту [3].

Основні внутрішні фактори впливу на український ринок хмелю можна об'єднати у дві групи.

Перша група – це ринкові фактори: обсяги реалізованої хмелепродукції для основних груп споживачів (пивоваріння, фармакологія та ін.); розвиток інфраструктури галузі; цінова кон'юнктура серед виробників хмелепродукції та споживачів; рівень конкуренції у хмелярстві та в залежних галузях; наявність близьких заміників хмелю в пивоварінні;

наявність державної підтримки хмелярства; загальна соціальна, політична та економічна ситуація в країні.

Друга група – це природно-технологічні фактори: агрокліматичні умови вирощування хмелю; рівень технологічної дисципліни на всіх стадіях виробничого циклу; забезпеченість високопродуктивними сортами ароматичної та гіркої груп з високими якісними характеристиками, в т.ч. за вмістом альфа-кислот.

Наведені фактори впливають більшою чи меншою мірою на розвиток галузі хмелярства в сільськогосподарських підприємствах. В останні роки зменшилась кількість господарств, що займаються його вирощуванням, які не повною мірою або взагалі не одержали державних дотацій, немає чіткого збуту продукції, простежується висока її собівартість та низька ціна реалізації.

В умовах реформування та відродження галузі хмелярства успішне функціонування її неможливе без підвищення конкурентоспроможності сортового складу хмелю. Сорти мають особливе значення для виробництва, оскільки на їхню частку припадає найбільший економічний ефект. Тому світовий хмелеринок постійно виявляє значний інтерес до селекційної продукції, де хміль реалізують виключно за селекційними сортами відповідно до їх властивостей. На все це має бути спрямована також і сортова політика в хмелярстві України [10].

За останні два десятиліття розвиток світової селекції хмелю позначився стрімким збільшенням кількості сортів. Насичення вітчизняного ринку сортами різної, але часто з низькою врожайністю та якістю, загрожує і негативним наслідками. Щодоалі виробникам і споживачам хмелю стає важче орієнтуватися у виборі сортів. Надмірна кількість їх ускладнює сортовипробування і систему розсадництва, збільшується біологічна засміченість, що веде до вимушеної та передчасної сортозаміни, непродуктивних витрат і збитків.

Отже, у світовій кон'юнктурі на ринку селекції хмелю домінує тенденція до використання конкурентоспроможних сортів хмелю з високим вмістом альфа-кислот, що вимагає від вітчизняних аграріїв адаптивних рішень про поширення сортів, які кращі за світові аналоги, серед яких можуть бути Слов'янка, Хмелеслав, Гайдамацький, Заграва, Зміна, Кумир, Промінь та ін.

Порівнюючи товарний асортимент хмелепродукції, який пропонують вітчизняні підприємства (хміль пресований та гранульований, масла) з асортиментом конкурентів-імпортерів (починаючи від натурального хмелю і закінчуючи композиціями з масел) та враховуючи всезростаючий попит на продукти глибокої переробки як на внутрішньому, так і на світовому ринках, постає потреба в перегляді стратегії щодо переробки товарного асортименту. Так, всесвітньо відомі виробники "Норunion", "Joh. Barth & Sohn", "Morris Nanbury", які намагаються створити імідж компаній з повним асортиментом продукції та завоювати якнайбільшу частину світового ринку хмелю, мають дуже значну кількість хмелепродуктів, яку вони пропонують на продаж (рис. 1).



**Рис. 1. Піраміда хмелепродуктів фірми «Joh. Barth & Sohn» (Німеччина)
(Джерело: розроблено за даними «Joh. Barth & Sohn»)**

Можна назвати кілька причин, за яких українські виробники мають розширювати товарний асортимент, а саме: ввести, наприклад, технологічну лінію з екстрагування хмелю. Такими причинами є:

- насичення товарного асортименту принесе державі додаткові прибутки;
- вітчизняні пивзаводи зможуть використовувати більшу кількість різноманітних продуктів переробки хмелю власного виробництва;
- Україна зможе підвищити свій імідж постачальника більш широкого асортименту хмелепродукції;
- усунення прогалин у товарному асортименті підвищить конкурентоспроможність вітчизняної хмелепродукції.

Вітчизняним виробникам або переробникам хмелепродукції слід розробити також товарно-марочну політику, положення якої будуть використовуватися до товарних одиниць, що входять до складу їх товарного асортименту. Це краще робити при функціонуванні кооперативних структур.

Розширення товарного асортименту надасть нам змогу задовольняти також більш широкі потреби українських пивоварів, створить підґрунтя для поліпшення сервісного обслуговування.

Хмелегосподарствам України слід розширити свою діяльність щодо стимулювання збуту продукції. Під час участі у виставках, ярмарках, торгах підприємства налагоджують особисті контакти з потенційними клієнтами, поширюють комерційні пропозиції. Доцільно було б розпочати роботу з залучення нових споживачів через систему direct-mail, надрукувати інформацію про підприємство у вигляді брошур, проводити презентації хмелепродукції, ознайомлюючи з нею споживачів, періодично звітувати в засобах масової інформації про результати діяльності підприємства.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної хмелепродукції слід вжити низку заходів:

1. Розширити асортимент продукції за рахунок екстракту хмелю, який є продуктом більш глибокої переробки, а отже є більш конкурентоспроможнішим.

2. Розробити більш універсальну упаковку хмелепродукції, яка б могла відповідати побажанням будь-яких клієнтів, у т.ч. міні-пивоварень.

3. Удосконалити комплекс послуг, забезпечуючи надійність поставок; оперативність формування комерційних пропозицій; гнучку цінову політику; масштабність торгової мережі; простоту контактування; гарантії заміни товару за невідповідності якісним або іншим характеристикам.

4. Розширити заходи із стимулювання збуту:

- налагодити додаткові особисті контакти з метою виявлення й активізації потенційних покупців;

- розробляти системи знижок для постійних клієнтів;

- проводити активну рекламу хмелепродукції підприємства у спеціалізованих періодичних виданнях,

- створити web-сторінку в Інтернеті з поширенням інформації про компанію, комплекс послуг, що надаються, останні новини тощо;

- створювати позитивний імідж фірми через товарну пропаганду та PR заходи.

Висновки. Для формування стратегічних орієнтирів і стимулювання подальшого зростання з метою закріплення досягнутих позицій практично застосовувати інноваційні розробки в технологічних процесах виробництва хмелю. Це забезпечить вихід вітчизняної хмелепродукції на якісно новий рівень виробництва, що стане необхідною передумовою поступального процесу відродження галузі хмелярства та вирощування конкурентоспроможної продукції.

Список використаних джерел

1. Шатило О.М. Світові інтеграційні процеси у виробництві хмелю і продуктів

хмелярства / О.М. Шатило // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 151–155.

2. Галузева програма розвитку хмелярства на 2011–2015 рр. / ІСГП НААН. – К., 2010. – 78 с.

3. Ринкова адаптація галузі хмелярства // Матеріали Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму, 1 липня 2008 р., м. Житомир. – Житомир : Вид-во ДВНЗ «Державний агроекологічний університет», 2008. – 128 с.

4. Зубець М. Розвиток інноваційних процесів в агропромисловому виробництві / М. Зубець, С. Тивончук. – К. : Аграрна наука, 2004. – 192 с.

5. Офіційний сайт виробників пива в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://umanpivo.narod.ru/Proizv.htm>.

6. Офіційний вісник Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eurodocs.sdla.gov.ua/DocumentView/tabid/28/ctl/Edit/mid/27/ID/10006404/Lang/Default.aspx>, РЕГЛАМЕНТ КОМІСІЇ (ЄС) № 1850/2006 від 14 грудня 2006 року.

7. Хміль. Технічні умови : ДСТУ 7067:2009. – [Чинний від 01.07.2011]. – К. : Держспоживстандарт України, 2009. – 357 с.

8. Інноваційний шлях розвитку хмелярства / [за ред. Ю.І. Савченка]. – Житомир : Рута, 2011. – 237 с.

9. Наукові основи агропромислового виробництва в зоні Полісся і західного регіону України / редкол. : М.В. Зубець (голова ред. колегії) та ін. – К. : Урожай, 2004. – С. 178–186.

10. Про питання використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу [Електронний ресурс] : постанова Кабінету Міністрів від 6.05.2005 р. № 325. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
