

УДК 635.21:631.15

**Возна М.О.**, молодший науковий співробітник  
Інститут картоплярства НААН

## МОНІТОРИНГ ЦІН НА КАРТОПЛЮ ТА ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЇХ РІВЕНЬ

*Подано результати досліджень за 2010-2012 маркетингові роки, щодо вивчення ринкової ситуації галузі картоплярства України, проведено аналіз попиту, пропозиції на картоплю в сільськогосподарських підприємствах. Вивчено ціни на картоплю, що склались в господарствах. Виявлено основні фактори, що впливають на цінові коливання на даний вид продукції та методи впливу щодо її стабілізації.*

**Ключові слова:** картопля, ціна, реалізація, попит, пропозиція, виробництво.

**Постановка проблеми.** Ціна є одним з найбільш важливих інструментів регулювання економіки, її регулюючий вплив на економічне становище охоплює багато напрямків. Ціни на будь яку продукцію формуються під впливом попиту і його еластичністю, пропозиції на ринку продовольства, витрат виробництва, якості продукції, ринкових зборів та податків, а також витрат на зберігання і реалізацію.

Ринок і вільна (ринкова) ціна не є універсальним засобом регулювання економіки, так як не здатні враховувати всієї різноманітності умов та цілей соціально-економічного розвитку країни [1].

Фактори ціноутворення – це сукупність тих чинників, які впливають на дії продавця у процесі встановлення ним цін на продукцію. Їх можна поділити на внутрішні, що залежать від продавця, контролюються ним, та зовнішні, які не залежать від продавця і не контролюються ним.

Розглянемо саме зовнішні фактори ціноутворення. До них відносяться:

- стан і динаміка ринку. Місткість ринку є важливим показником, який визначає скільки в цілому продукції можливо тут збути. Також доцільно визначити зміни даного показника в динаміці для визначення доцільності виходу на ринок;

- цінова еластичність попиту. Споживач реагує на ціну, формує своє ставлення до товару, можливостей та доцільності його придбання – залежно від фактичного рівня ціни;

- ціни конкурентів – це один із орієнтирів ціноутворення. Їх потрібно пов'язувати з низкою факторів, таких як ринкова частка, об'єктивні властивості продукції, позиціонування, ставлення споживачів до їхнього товару, комунікаційні можливості тощо.

- стадія життєвого циклу товару. Залежно від того, на якій стадії свого ринкового життя знаходиться товар, коригується цінова політика [2].

Ціновий механізм як один із сегментів загально-економічного механізму аграрного розвитку уособлює сукупність інститутів державного ринкового регулювання, заходів підтримки доходів виробників, принципів встановлення мінімальних закупівельних цін на

продукцію, цін підтримки здійснення товарних і фінансових інтервенцій, формування ринкової інфраструктури [3].

Згідно з Законом України «Про державну підтримку сільського господарства України» держава здійснює регулювання гуртових цін окремих видів сільськогосподарської продукції, встановлюючи мінімальні та максимальні закупівельні ціни, а також застосовуючи інші заходи, визначені цим законом при дотриманні правил антимонопольного законодавства та правил добросовісної конкуренції [4].

**Мета досліджень.** Провести аналіз ринкової ситуації по реалізації картоплі в сільськогосподарських підприємствах, вивчити попит і пропозицію на картоплі, зміни цін на продукцію за 2010-2012 маркетингові роки і виявити основні важелі впливу на ціну.

**Методика досліджень.** Дослідження проводились на основі використання статистичних даних Державного комітету статистики України. При цьому використовувались такі методи як аналіз та синтез, а також історико-логічні підходи.

Результати досліджень. Виробництво картоплі в Україні зосереджено в господарствах населення (понад 97 %), але спостерігається позитивна тенденція розвитку крупнотоварного виробництва. Так, у 2011 році валовий збір у сільськогосподарських підприємствах становив 751,8 тис. т, а у 2010 році даний показник був 482,5 тис. т (табл. 1), що на 55 % більше [5, 6].

Аналізуючи дані таблиці встановлено, що у 2011 році найбільше виробництво картоплі зосереджене в таких областях: Житомирська – 133,41 тис. т, Чернігівська – 126,19, Київська – 103,52, Тернопільська – 82,52 тис. т. Найменшу кількість картоплі вирощено: у Запорізькій – 0,94 тис. т, Луганській – 1,33, Кіровоградській – 1,59 тис. т.

За досліджуваний період виробництво картоплі збільшилось у всіх областях, це пояснюється як зростанням площі, так і урожайності. Найбільші темпи зростання спостерігались: у Чернівецькій області на 226 %, Черкаській – 203, Кіровоградській – 184, Івано-Франківській – 150, Полтавській – 138, Харківській – 124 та Сумській – 107 %. Найменший темп зростання



валового збору відмічено у Запорізькій області (на 7 %), де було мінімальне виробництво.

Одним з важливих економічних показників для зростання прибутковості галузі є товарність продукції.

Від урожаю 2011 року за 2011-2012 маркетинговий рік було реалізовано 50 %, у 2010-2011 маркетинговому році було продано 62 % валового збору 2010 року, але даний показник недостатній для отримання прибутку [7-9].

Таблиця 1

Виробництво картоплі в сільськогосподарських підприємствах, тис. т

Область	2010 рік	2011 рік	2010 р. у % до 2011 р.
Україна	482,5	751,77	155
Автономна Республіка Крим	5,05	9,59	190
Вінницька	19,70	22,61	115
Волинська	11,96	15,03	126
Дніпропетровська	27,59	41,69	151
Донецька	8,06	9,79	121
Житомирська	91,34	133,41	146
Закарпатська	7,13	10,54	148
Запорізька	0,88	0,94	107
Івано-Франківська	2,75	6,88	250
Київська	67,27	103,52	154
Кіровоградська	0,56	1,59	284
Луганська	0,94	1,33	141
Львівська	48,94	64,45	132
Миколаївська	2,99	5,41	181
Одеська	4,03	6,86	170
Полтавська	9,34	22,24	238
Рівненська	12,69	20,18	159
Сумська	3,91	8,10	207
Тернопільська	56,61	82,52	146
Харківська	1,13	2,53	224
Херсонська	16,44	22,33	136
Хмельницька	8,32	10,06	121
Черкаська	6,31	19,11	303
Чернівецька	1,50	4,89	326
Чернігівська	67,3	126,19	188

У 2011-2012 маркетинговому році найбільшу кількість продукції продано у Київській – 61,3, Тернопільській – 55,3, Чернігівській – 53,1, Житомирській – 44,7, Львівській – 43,3, Дніпропетровській – 24,1, Херсонській – 23,0, Одеській – 14,5, Полтавській – 12,4 тис. т, що пояснюється більшим виробництвом продукції та можливістю продажу в цих областях (табл. 2). В

Київській, Львівській та Донецькій областях працюють оптові ринки сільськогосподарської продукції. Найменше реалізовано: у Харківській – 2,0, Запорізькій – 5,7, Кіровоградській – 8,0, Сумській – 8,5 тис. т картоплі.

Порівнюючи 2011-2012 маркетинговий рік з попереднім роком видно, що ціна знизилась у всіх областях.

**Реалізація картоплі в сільськогосподарських підприємствах  
(за маркетинговими роками)**

Область	Маркетинговий рік				2011-2012 маркетинговий рік у % до 2010-2011 маркетингового року	
	2010-2011		2011-2012		Ціна	Кількість
	Ціна, грн/т	Кількість, тис. т	Ціна, грн/т	Кількість, тис. т		
1	2	3	4	5	6	7
Україна	2659,9	298,6	1434,1	381,7	53,9	127,8
Автономна Республіка Крим	2572,9	1,6	1679,4	3,7	65,3	238,8
Вінницька	2306,9	4,9	1120,8	2,8	48,6	55,9
Волинська	2651,5	4,2	1275,7	3,8	48,1	91,4
Дніпропетровська	2551,3	21,4	1465,7	24,1	57,4	112,8
Донецька	3646,5	6,1	1759,4	6,5	48,2	107,3
Житомирська	2258,7	35,9	1283,9	44,7	56,8	124,6
Закарпатська	2958,9	5,2	1620,0	5,3	54,8	102,6
Запорізька	3454,0	0,7	2318,2	0,6	67,1	78,3
Івано-Франківська	3059,4	0,4	1105,4	1,1	36,1	290,3
Київська	2016,2	44,5	1323,7	61,3	65,7	137,7
Кіровоградська	3220,0	0,3	2113,9	0,8	65,7	277,3
Луганська	2871,3	1,0	2117,6	1,1	73,8	113,7
Львівська	3193,6	32,3	990,5	43,3	31,0	133,9
Миколаївська	2588,7	1,5	2506,7	3,4	96,8	221,3
Одеська	2901,4	11,1	1487,9	14,5	51,3	131,1
Полтавська	2211,1	4,3	874,6	12,4	39,6	289,9
Рівненська	2619,5	7,1	956,2	4,7	36,5	66,4
Сумська	2398,1	0,9	1152,0	0,9	48,0	91,2
Тернопільська	3423,7	53,7	2160,4	55,3	63,1	103,0
Харківська	3472,0	0,4	1874,9	0,2	54,0	51,0
Херсонська	2540,1	14,1	1932,6	23,0	76,1	162,7
Хмельницька	2641,8	4,1	1007,9	3,5	38,2	85,1
Черкаська	2835,6	3,5	1087,3	5,5	38,3	158,6
Чернівецька	3185,9	0,4	1172,6	1,9	36,8	429,2
Чернігівська	2131,1	34,1	1182,9	53,2	55,5	155,8
м. Київ	2451,1	5,0	1063,0	4,2	43,4	84,0

Це пояснюється високим урожаєм у 2011 році і низьким – у 2010, але кількість реалізованої продукції підвищилась не у всіх областях. Зростання спостерігається: у Чернівецькій області – 329,2, Івано-Франківській – 190,3, Полтавській – 189,9, Кіровоградській – 177,3, АР Крим – 138,8, Миколаївській – 121,3, Херсонській – 62,7, Черкаській – 58,6, Чернігівській – 55,8, Київській – 37,7, Луганській – 13,7, Одеській – 31,1, Житомирській – 24,6, Луганській – 13,7, Дніпропетровській – 12,8, Донецькій – 7,3, Тернопільській – 3, Закарпатській – 2,6 %. В інших областях кількість реалізованої продукції знизилась. В середньому по Україні кількість реалізованої продукції збільшилась на 27,8 %.

Реалізація картоплі має сезонну закономірність, найбільша кількість продукції продається у вересні-листопаді (рис. 1). Після закінчення збиральних робіт відбувається масова реалізація картоплі картоплевиборниками, які не мають змоги зберігати вирощений врожай, а споживачі роблять запаси продовольчої картоплі і, як наслідок, коливання цін має циклічний характер.

Максимальна ціна на картоплю спостерігається в травні-червні, коли продукція від попереднього врожаю вже не користується попитом, а на ринку представлена невелика кількість «молодої» картоплі, яка значно дорожча (рис. 2). Потім цінова ситуація стабілізується і знаходиться майже на одному рівні.

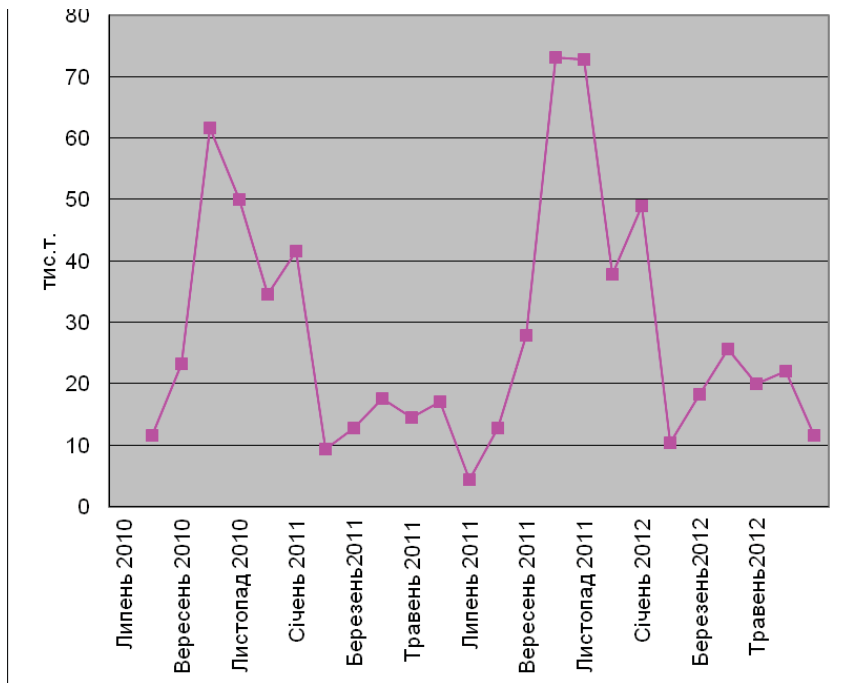


Рис. 1. Динаміка кількості реалізованої картоплі сільськогосподарськими підприємствами в Україні

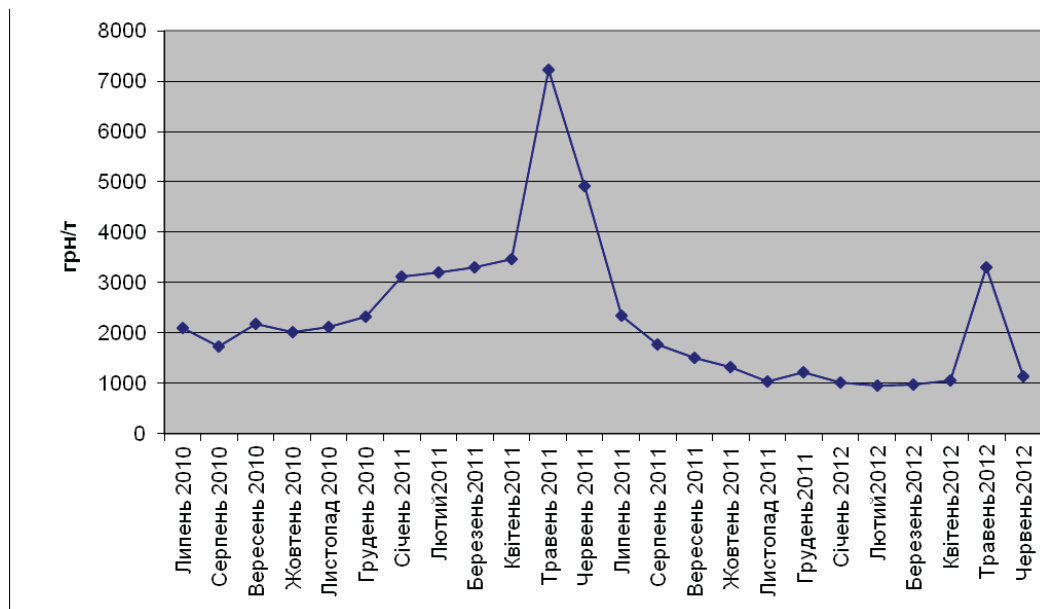


Рис. 2. Динаміка цін на картоплю в сільськогосподарських підприємствах України



Незначне зниження цін спостерігається у вересні місяці.

**Висновки.** Ринку галузі картоплярства притаманний олігополістичний вид конкуренції, де велика кількість як продавців, так і покупців, що унеможливорює активний вплив на ціну окремим виробником чи споживачем продукції. Виробництво картоплі в сільськогосподарських підприємствах з кожним роком зростає. Так, у 2011 році одержано 751,7 тис. т проти 482,5 у 2010 році, що у 1,7 раза більше. Ціни на картоплю за досліджуваний період знизились на 46,1 %, у 2011-2012 маркетинговому році становили 1434,1 грн/т проти 2659,9 у

2010-2011 маркетинговому році. Причиною цього є коливання пропозиції, попит має стабільний характер (картопля є продукцією, яка характеризується його нееластичністю). Також ринку картоплі властиве сезонне коливання цін та їхні ажіотажні сплески. Тому урівноваженість попиту та пропозиції, вирівнюваність цін продажу за допомогою державного цінового регулювання – основний фактор стабілізації ринкових цін.

**Перспективи подальших досліджень** полягають у продовженні вивчення ситуації на ринку картоплі, обґрунтуванні цінових коливань, та можливістю прогнозування цін на картоплю в Україні.

#### Література:

1. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків / за ред. О.М. Шпичака. – К., 2000. – 585 с.
2. Петруня Ю.Ж. Маркетинг : учеб. пособ. / Ю.Ж. Петруня, А.Л. Мищенко. – Д. : Изд-во ДУЄП, 2006. – 124 с.
3. Саблук П.Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 3-10.
4. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України», № 1877-IV : за станом на 24 черв. 2004 р. / Верховна Рада України // Економіка АПК. – 2004. – № 10. – С. 3-28.
5. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду в регіонах України у 2010 році : стат. бюл. / Держкомстат України. – К., 2011. – 136 с.
6. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду в регіонах України у 2011 році : стат. бюл. / Держкомстат України. – К., 2012. – 136 с.
7. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2010 рік : стат. бюл. / Держкомстат України. – К., 2011. – 110 с.
8. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 рік : стат. бюл. / Держкомстат України. – К., 2012. – 110 с.
9. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за січень-червень 2012 року : стат. бюл. / Держкомстат України. – К., 2012. – 44 с.

*Представлены результаты исследований за 2010-2011 маркетинговые годы по изучению рыночной ситуации отрасли картофелеводства Украины, проведен анализ спроса, предложения на картофель в сельскохозяйственных предприятиях. Изучены цены на картофель, сложившиеся в хозяйствах. Выявлены основные факторы, влияющие на ценовые колебания на данный вид продукции и методы воздействия по его стабилизации.*

*The results of research on the 2010-2012 marketing years, to study the market situation potato industry of Ukraine, the analysis of demand, supply of potatoes at farm level. Studied prices of potatoes, which were formed in the farms. Main factors influencing the price fluctuations for this type of product and methods of influence on its stability.*