

Отечественное производство сельскохозяйственной техники с самого начала аграрной реформы столкнулось со многими проблемами, которые отрицательно отразились на его нормальном функционировании. Основные среди них: разрыв традиционных связей со странами бывшего СССР, общий кризис национальной экономики и гиперинфляция. Работать в новых условиях придется самостоятельно, сочетая глубокие знания и маркетинговое творчество. Чем раньше это поймут руководители предприятий, тем быстрее они найдут выход из сложной ситуации. Поможет в этом осознание того, что в производстве сельскохозяйственной техники заинтересованы не только ее производители и потребители, но и все общество, потому, что речь идет о продуктивности и эффективности приоритетной для экономики Украины отрасли.

Источники и литература

1. Подсолонко В.А. Подготовка научных кадров менеджеров и экономистов в крымском регионе// Культура народов причерноморья, 2005. – №58. – С. 11–16.
2. Ситник В.П. Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази АПК В Україні.// Економіка АПК, 2003. – №2. – С. 19–29.

Синёва В.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЖЕСТЯНОЙ ТАРЫ УКРАИНЫ

Введение

Несмотря на то, что рынок жестяной тары уже сформирован, он до сих пор продолжает развиваться. И, по крайней мере, еще несколько лет мы будем наблюдать позитивную динамику развития отечественного производства и внутреннего рынка в целом. Вопрос на сегодня стоит в другом: перейдут ли другие производители жестяной банки на новые технологии производства или они навсегда оставят этот вполне привлекательный рынок?

Постановка проблемы:

Благодаря наличию развитой пищевой индустрии, отечественным производителям жестяной тары есть где развернуться. За последние годы, по данным Госкомстата Украины объем производства данной продукции вырос более чем в 2 раза. Если еще года три назад было выпущено немногим более 175 млн шт. банок, то, по данным экспертов, за 2005 г. объем производства составил не менее 360 млн шт. Такому росту производства благоприятствует не только улучшение функциональных показателей самой банки, но и введение современных технологий в производство других видов тары. Внедрение в производство жестяной банки технологии сварки несколько улучшило технологические характеристики данную тару, что значительно повысило ее спрос. При этом стоимость такой банки почти не изменилась. Однако, новые технологии в производстве других видов тары, например, стеклотары с горлышком «твист-офф», привели к ее подорожанию в 2 раза по сравнению с обычной банкой. Если говорить о полимерной таре, то ее стоимость не дешевле жестяной тары, и к тому же она не приспособлена для длительного использования. Однако, не смотря на все «но», производство жестяной тары у нас развивается, и, по моим оценкам, в ближайшие 2–3 года мы будем наблюдать дальнейший его рост.

Мое исследование опиралось на методику исследования по данным вторичных источников: анализа обзора рынков, предложенных Украинской Маркетинговой Группой, материалов специализированных источников (Журнал «Мир упаковки»), отчетов и пресс-релизов участников рынка (ООО «Арго», ОАО «Крымпродмаш»), данных Госкомстата Украины.

Результаты исследования

На сегодня в Украине насчитывается около 30 производителей жестяной тары. С каждым годом рынок этой продукции становится более олигополистическим. Приведенные данные по производителям тому подтверждение. В последние годы лидерами рынка было несколько предприятий, но в прошлом году ситуацию кардинально изменило ООО «Арго». Ее руководство, видимо, решило всерьез заняться данным сегментом рынка, и начало этому было положено в прошлом году. Предприятие известно не только на этом рынке, но и среди производителей сельскохозяйственной продукции и консервации. Несмотря на небольшой период существования, компания сумела выйти в лидеры рынка, и, по всей видимости, у нее еще есть немалый потенциал для дальнейшего развития. Благодаря введенным новым линиям производства, за 2004 г. компания увеличила свою долю в общем производстве жестяной тары с 6,4% до 22,2%. Видимо, это еще не предел, владея третьей долей производства, компания может формировать рынок жестяной тары в целом, по итогам этого года ее доля может вырасти до 30%.

Удерживать высокие объемы производства удастся разве что ООО «Южлитографметал» (16,3% от общего производства) и ОАО «Крымпродмаш» (12,92%). Другие же постепенно сбавляют темпы производства. При такой динамике роста производства в целом, которое мы могли наблюдать в последние годы, нетрудно предположить, что в скором будущем они вполне могут «сойти с дистанции». Решить вопрос их работы на данном рынке может такое наращивание производства, как у ООО «Арго» или ООО «Южлитографметал». Конечно, тем, кто имеет закрытый цикл производства, как ООО «Рыбконсервный комбинат «Новый»», бояться нечего, но надо помнить, что рынок консервации также динамичен, так что думать о своем будущем надо всем.

Рейтинг отечественных производителей жестяной банки в 2004–2005 гг., % [2;с.36]

Предприятие	2004	2005
ООО «Арго»	6,42	22,19
ООО «Южлитографметал»	16,88	16,34
ООО «Рыбоконсервный комбинат “Новый”»	19,31	13,01
ООО «Крымпродмаш»	6,60	12,92
ЗАО «Первомайский молочноконсервный комбинат»	13,83	11,79
Фирма «Воля»	6,85	7,1
ЗАО «Паллада»	8,54	6,05
ООО «Винтар»	4,95	4,53
Прочие	16,63	6,05
Всего	100,00	100,00

Говоря о производителях, нельзя не упомянуть о том, что они же формируют около 90% экспорта жестяной тары. И, как показывает статистика, рейтинг экспортеров мало чем отличается от рейтинга производителей. По данным 2005 г., лидером экспорта стало уже известное нам ООО «Арго». Вторым в списке стоит прошлогодний лидер, рыбоконсервный комбинат «Новый» (28,45%). ОАО «Крымпродмаш» заняло почетное третье место среди экспортеров 2002 году, и в этом году завод продолжает его сохранять, но уже с показателем 12,92 % от общего объема. Большинство других предприятий, которые в недавнем прошлом были в этом рейтинге, переключились либо на удовлетворение нужд своего производства, либо же довольствуются объемами продаж на внутреннем рынке.

Ведущие экспортеры жестяной тары в 2002–2005 гг., % [3;с.24]

Отправитель	2002	2003	2004	2005
ООО «АРГО»	0,00	0,00	14,05	46,57
ООО «Рыбоконсервный комбинат “Новый”»	0,00	61,63	49,99	28,45
ОАО «Крымпродмаш»	5,00	4,77	6,60	12,92
ОАО «Севастопольский рыбоконсервный завод»	60,25	20,99	14,81	10,77
ЗАО «Паллада»	21,79	6,24	0,00	0,00
Прочие	12,97	6,38	14,55	1,21
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

Анализируя динамику экспорта за период 2002–2005 гг. (по данным Госкомстата), отметим, что она имела нестабильный характер. Например, в 2003 г. объем экспорта уменьшился почти вдвое – с 64,3 млн до 31,7 млн шт. За следующие два года происходил подъем до уровня 2002 г.: в 2004 г. экспорт составил 38,6 млн шт., а за 2005 г. превысил 67 млн шт. В целом, на экспорт идет около шестой части от объема производства. В будущем значительного увеличения доли экспорта не следует ожидать, можно прогнозировать его на уровне 20% отечественного производства.

Такое понижение объемов экспорта следует связывать в первую очередь с утратой экспортеров некоторых рынков сбыта. Так, введение в США жестких требований к жестяной таре, а также высокие таможенные пошлины сделали свое дело. Но и это не остановило наших крупных производителей. Вопрос о новых рынках сбыта был решен сравнительно быстро. Ими стали Россия и Великобритания. На сегодняшний день на их долю приходится более 84% экспорта. В числе других стран хочу отметить Беларусь, где наша тара также «прижилась» (6% от общего экспорта). А вот о других рынках, например, США, мечтать не приходится, пока производители не перейдут на новые технологии и не научатся делать свою продукцию более конкурентоспособной на внешнем рынке.

Структура экспорта жестяной банки в разрезе стран, % [1;с.41]

Страна	2002	2003	2004	2005
Россия	0,11	0,77	23,19	46,02
Великобритания	0,00	0,00	0,00	38,45
Беларусь	0,00	0,00	1,11	6,04
США	99,19	97,99	71,33	3,51
Прочие	0,70	1,24	4,37	5,97
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

На украинском рынке жестяная тара зарубежного производства не пользуется большим спросом, по причине более высокой стоимости. Приведу простой пример. Если жестяная банка отечественного производства на внешнем рынке в среднем стоит около \$ 0,05 за шт., то банка импортного производства – даже турецкого – без учета пошлин обойдется местному импортеру не менее чем в \$ 0,1 за шт. Использование импортной тары приведет к увеличению цены конечного продукта на 0,4–0,7 грн. Условия на рынке, как правило, диктует потребитель, а большинство отечественных потребителей не готовы платить за такую

«роскошь». Так что, по видимому, мы еще долго будем «упаковываться» в украинскую тару.

Список украинских получателей жестяной банки за последние четыре года постоянно изменялся. Лидерами импорта последних двух лет являются: ООО «Леонта» (75,6% от объема импорта 2005 г.), компании «Агроспецпроект» (18%) и «Антарес–7» (3,6%). Суммарная доля этих трех компаний в 2005 г. составила 97% всего импорта [3;С.28].

Компании «Чумак», «Агроэкопродукт» и другие уже 2–3 года как решили для себя вопрос упаковки за счет предложений на внутреннем рынке. Уверены, что вышеупомянутые фирмы поступят так же.

Заканчивая анализ импорта, отмечу, что ценовой фактор повлиял и на изменение перечня стран-поставщиков жестяной тары. Еще года два назад ее импортировали, главным образом, из стран ЕС. Но развития недорогого производства жестяной банки в Турции повлияло на то, что на сегодня она является фактически единоличным лидером импорта (79,1% от его общего объема). Когда-то первая в этом рейтинге Польша занимает на сегодня только второе место с объемом 18% импорта. Но даже с таким показателем она, на мой взгляд, еще долго будет сохранять свое почетное второе место [2;С.41].

Говоря о емкости внутреннего рынка, можно смело утверждать, что он близок к насыщению. Если за 2003–2004 гг. прирост внутреннего потребления составил 44%, то за 2004–2005 гг. он может составить не более 13–15%. В следующий год прирост будет еще меньше – около 3–5%. [5]

Динамика основных показателей рынка жестяной банки 2002–2005 гг., млн шт [5]

Показатель	2002	2003	2004	2005
Импорт	12,5	21,6	10,2	11,2
Экспорт	64,3	31,7	38,6	67,2
Производство	175,6	217,5	327,1	360,0
Потребление	123,8	207,4	298,7	304,0

Выводы и предложения

Развитие рынка жестетары зависит от ситуации на рынках море- и сельскохозяйственных продуктов. В связи с этим, решение вопроса развития своего производства некоторые фирмы находят в освоении новых рынков использования жестяной банки. Например, для консервации сухих продуктов (орехов, сухофруктов и т.д.), данный сегмент пока что только развивается, но перспективы у него вполне реальны.

Еще одним направлением использования жестяной тары является химическая промышленность. Несмотря на высокую конкуренцию на этом рынке со стороны стеклотары и особенно полимерной упаковки, жестяная банка вполне пригодна для хранения различных видов полуфабрикатов и готовых продуктов данной отрасли.

В перспективе рынок жестяной упаковки будет развиваться. Отечественным производителям для поиска новых рынков сбыта, необходимо, чтобы их продукция отвечала европейским стандартам качества. А грамотная рекламная политика и приемлемая цена позволит конкурировать как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В целом, я вижу перспективу развития сельскохозяйственной и консервной отрасли в Украине, для этого необходимо внимание со стороны государственных органов в отношении защиты отечественного производителя упаковки для консервной промышленности.

Источники и литература

1. Жестяной вопрос. Мир упаковки 6(45)2005, С. 28–31;
2. Лики белой жести. Мир упаковки 5(31)2003, С. 36–46;
3. Во что одеть «завтрак туриста». Мир упаковки 3(17)2003, С. 26–31;
4. Исповедь консервной упаковки. Мир упаковки 5(25)2002, С. 22–25;
5. <http://www.umg.com.ua/> (Сайт Украинской Маркетинговой Группы)
6. <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Сайт Госкомстата Украины)

Померанец В.Н.

ИНВЕСТИЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРОДУКТИВНОСТЬ КАПИТАЛА

Под инвестициями принято понимать использование сбережений для создания новых производственных мощностей и других капитальных активов. Поскольку инвестиции – один из компонентов совокупных расходов, то по сравнению со сбережениями они влияют на объем эффективного спроса прямо противоположным образом: если сбережения сокращают спрос, то инвестиции его увеличивают. Поэтому кейнсианцы исходят из возможности компенсации падающей склонности к потреблению наращиванием инвестиционных расходов. При решении вопроса о целесообразности инвестиций, сравнивается возможный выигрш от вложений с реальной ставкой процента. При этом принимаются во внимание не только издержки капиталовложений и процент, но и альтернативная стоимость инвестиций. Таким образом, инвестиции – функция реальной ставки процента. Кроме того, инвестиции зависят от размеров национального дохода (НД). Характер воздействия инвестиций на экономический рост, на цикличность развития производства и обратное влияние прироста НД на инвестиционный процесс ставят проблему разграничения инвестиций по видам. Если исключить инвестиции, идущие на амортизацию, то оставшаяся часть инвестиций может носить автономный или индуцированный характер. Под автономными инвестициями понимаются затраты на образование нового капитала, не зависящие от изменений НД. Наоборот, сами эти инвестиции и их изменение оказывают влияние на рост или падение национального дохода. Причинами появления автономных инвестиций являются внешние факторы: скачкообразность технического прогресс-