

К.є.н., Погріщук Б.В.

Вінницький інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

ВПЛИВ РИНКОВОЇ СЕГМЕНТАЦІЇ, ПОСЕРЕДНИЦТВА ТА БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ НА РОЗВИТОК ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Анотація. *В роботі проведено аналіз впливу ринкової сегментації, посередництва на розвиток зернопродуктового підкомплексу, охарактеризовано сучасний стан біржової діяльності на ринку зерна в Україні, розроблено пропозиції по вдосконаленню економічної діяльності суб'єктів зернового ринку.*

Ключові слова: зернопродуктовий підкомплекс, ринкова сегментація, посередництво, біржова діяльність, інтеграція.

I. Вступ.

В сучасних умовах зернове господарство визначає рівень розвитку всього аграрного сектора економіки України, гарантує продовольчу безпеку країни. Головною передумовою формування зернопродуктового підкомплексу є те, що сукупність процесів виробництва, заготівлі, транспортування, переробки зерна переростає у цілісну систему, функціонування елементів якої підпорядковане єдиній меті – виробництву кінцевих продовольчих продуктів.

Проблемам науки та практики формування й розвитку зернового господарства присвятили свої дослідження В.І. Бойко, П.І. Гайдуцький, М.В. Гладій, Ю.С. Коваленко, М.Г. Лобас, І.І. Лукінов, М.Й. Малік, В.Ф. Сайко, З.П. Ніколаєва, П.Т. Саблук, В.К. Савчук, І.О. Соловійов, В.К. Терещенко, Л.М. Худолій, О.М. Шпичак та ін. Окремі питання розвитку економічної діяльності на ринку зерна, експорту та імпорту продукції зернового господарства, знайшли відображення в наукових працях В.І. Власова, В.І. Губенка, С.М. Квапі та ін.

II. Постановка завдання.

Розвиток продуктивних підкомплексів повинен відбуватися у напрямку створення тісно інтегрованих систем з виробництва кінцевої продукції. У зернопродуктовому підкомплексі країни сьогодні створено багато організацій та об'єднань, але жодна із них не може забезпечити взаємозв'язок інтересів усіх суб'єктів господарювання для досягнення єдиної мети. Тому, необхідно провести розмежування взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою структур, що функціонують на ринку зерна, визначити параметри сегментації, типи посередницьких структур, їх результативність.

III. Результати.

Стратегія і тактика поведінки виробників і продавців зерна і продуктів його переробки на ринку передбачає розподіл сфер у часі і просторі на окремі се-

менти, які характеризуються однаковими замовленнями споживачів і покупців на визначені види продукції.

Ознаки сегментації ринку зерна поділяють на економічні (рівень доходів, матеріальна забезпеченість), соціальні (рівень освіченості, вид діяльності, спосіб життя тощо), демографічні (національні традиції, стать, вік та ін.), географічні (регіон, кліматичні умови). Кожний сегмент має бути диференційований за вказаними ознаками, враховувати потреби і бажання окремих груп населення, дозволяти при зміні умов подальше диференціювання, покращувати структуру і обсяги ринку.

Зерновий ринок складається з функціональної, галузевої, територіальної та інших тісно взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою структур:

– функціональна структура зернового ринку пов'язана з оцінкою споживчих властивостей різних видів зерна і призначенням продукту (продовольче, насіннєве, призначене на промислово переробку).

– галузева структура обумовлена напрямками використання зерна. Наприклад, зерно пшениці може використовуватися для хлібопекарської промисловості (ринок м'якої продовольчої пшениці), виробництва макаронних виробів (ринок твердої пшениці); зерно ячменю – для виробництва пива (ринок пивоварного ячменю). За територіальною ознакою ринок зерна поділяють на національний (місцевий, регіональний і міжрегіональний), міждержавний (ринок країн далекого і ближнього зарубіжжя) і світовий.

Технологічна структура ринку зерна пов'язана з рухом зерна від виробника до споживача через різні технологічні стадії (виробництво, збереження, переробка, збут). З цих позицій розглядають також організаційну структуру зернового ринку, яка характеризує його учасників. Їх можна об'єднати в 4 групи: 1) виробники зерна (сільськогосподарські підприємства всіх форм власності); 2) первинні покупці зерна (заготівельні організації в особі елеваторів, брокерські фірми, учасники бартерних угод); 3) кінцеві покупці зерна (борошномельні, комбікормові, спиртові, крохмалопаточні, пивоварні і круп'яні заводи); 4) покупці зернопродуктів (хлібопекарні підприємства, макаронні і кондитерські фабрики та ін.).

Сегментація ринку передбачає знання його критеріїв, ознак. Критерій – спосіб оцінки вибору певного сегмента ринку для підприємства, ознака – спосіб виявлення цього сегмента на ринку.

Найпоширенішими критеріями сегмента ринку є: кількісні параметри; доступність сегмента для підприємства (можливість підприємства отримувати канали розподілу і збуту продукції, умови зберігання і транспортування виробів споживачам на певному сегменті ринку; суттєвість сегмента (визначення, якою мірою групу споживачів можна реально розглядати як сегмент ринку, наскільки вона стійка за основними об'єднувальними ознаками); прибутковість (наскільки рентабельною буде для підприємства робота на визначений сегмент ринку);

сумісність сегмента з ринком основних конкурентів (якою мірою основні конкуренти готові поступитися обраним сегментом ринку); захищеність обраного сегмента від конкуренції (визначення можливих конкурентів на обраному сегменті в майбутньому, з'ясування сильних і слабких позицій, оцінка власних порівняльних переваг у конкурентній боротьбі тощо). Визначені критерії є важливими й для аналізу власних позицій на обраному раніше сегменті.

Обсяг і структура каналів реалізації продукції сільськогосподарських підприємств є важливими показниками, які характеризують розвиток ринкових відносин у державі. Це пов'язано з тим, що формування регіонального ринку зерна дозволяє самостійно сільським товаровиробникам займатися виробництвом і реалізацією продукції.

Існуюча мережа бірж в Україні є недостатньо розвинутою. Як правило, вони розташовані в обласних центрах, тобто для одержання біржових послуг необхідно долати відстані щонайменше 200 км. Як відомо, специфіка сільськогосподарської діяльності полягає у просторовій дисперсії. Нині цей фактор об'єктивно блокує збільшення обсягів продаж сільгосппродукції через біржі. Доречно зазначити, що близько 30% американських фермерів для доступу до ринкової інформації, у т. ч. біржової, використовують Інтернет, що робить їх бізнес ефективнішим і менш витратним.

За інформацією Національної асоціації бірж України, на товарних біржах з обслуговування аграрного сектора акредитовані понад 500 брокерських контор, значна частина з яких є регіональними агроторговими домами. Останні – це оптові торговельні фірми, які здійснюють торговельні операції за власний рахунок чи від імені учасників ринку. Варто зауважити, що роботу зі створення агроторгових домів та акредитації їх як брокерських контор регіональних бірж активно підтримувало Мінагрополітики, особливо в останні роки. Проте слід відмітити, що сільськогосподарська торгівля через біржі України не мала усталеного характеру. Загальна нестабільна ситуація на аграрному ринку відображалась і в тенденціях розвитку цього сегмента біржової торгівлі. Якщо в 1995 р. продукція сільського господарства становила 40,9% від загального біржового товарообороту, то в 1996 р. – лише 27,2%. Упродовж наступних трьох років (1997–1999) біржі були практично бездіяльні, переорієнтувавшись на торгівлю нерухомістю та цінними паперами. Активізація біржової сільськогосподарської торгівлі спостерігається лише в останні роки. У 2008 р. відповідних біржових угод було укладено на суму понад 9 млрд. грн., що перевищує загальні обсяги торгівлі за попередні шість років більше ніж удвічі. Позитивні зміни частково можна пов'язувати з прогресом у реформуванні аграрної сфери – утворилися потужні приватні агрофірми-виробники, потенційно зацікавлені у розвитку біржової торгівлі як індикатора цін.

Біржова торгівля дає можливість забезпечити виробників-учасників біржових торгів фінансовими ресурсами для організації подальшого виробничого процесу, тобто є засобом безвідсоткового кредитування власного виробництва.

Ця особливість біржової торгівлі відіграє суттєву роль у сфері виробництва сільськогосподарської продукції, що обумовлено нестабільністю в часі та неперебачуваністю – залежністю від природних умов, отже, періодичністю стрімко зростаючої потреби у грошових надходженнях, тобто біржовий ринок стабілізує впливає на готівковий ринок. Стабілізуються не тільки майбутні ціни, а й обсяги виробництва, а також надаються гарантії збуту, постачання, збільшується потік вірогідної інформації, яка є основою для прогнозів і на позабіржовому ринку. В умовах України процеси розвитку біржового аграрного ринку значною мірою стимулювали урядові структури.

Тривалий час цінова кон'юнктура на агроринку визначалася тим, що велику частину продукції реалізували шляхом непрозорих товарообмінних схем, які здійснювалися не за реальними цінами, а коефіцієнтами обміну, що склалися не на користь аграрної сфери. З боку урядових структур перед біржовою системою України постійно ставилось завдання збільшення обсягів укладених біржових угод, насамперед на умові форвард. Значна увага приділялась організації механізму зустрічних біржових контрактів «сільськогосподарська продукція – паливно-мастильні матеріали». У такий спосіб очікувалось зменшити ціновий диспаритет, забезпечити можливості кредитування аграрного сектора. Водночас, донині у біржовій торгівлі сільськогосподарською продукцією переважає ринок спотових угод [1, с. 20].

У сучасних умовах біржі ще не сформували сприятливі для учасників агроринку процедури біржових торгів й існуючі біржові технології багато в чому не задовольняють потенційних клієнтів бірж. Це стосується вимог декларування цін, додаткових витрат на оплату біржових послуг, необхідності оформлення маси підтверджуваних документів тощо. Біржові вимоги щодо взаємного руху товарів і грошей також досить жорсткі й не завжди адекватно враховують реалії трансформаційного агроринку України. Для товаровиробників торгівля через біржі обходиться дорожче (3–5% від вартості угоди). Однією з причин незадоволеної організації форвардних зустрічних контрактів є те, що це вимагає суттєвого підвищення якості брокерського обслуговування на біржах. Успішність цих контрактів безпосередньо залежить від багатоаспектного узгодження біржею взаємних вимог сторін – за кількістю, якістю, умовами, приблизно еквівалентною вартістю зустрічної поставки товарів.

Дослідженнями встановлено, що серед покупців найбільша частка припадає на дрібних посередників, які скуповують зерно невеликими партіями у фермерських господарств. Фермери продають посередникам 49% зернових. На другому місці – трейдери, частка яких становить 24% від загального обсягу. Приватні підприємства великих розмірів працюють з усіма покупцями. Через відсутність інформації про ціни та складність реалізації зерна невеликими партіями (3–10 т) фермери реалізують свою продукцію дрібним посередникам, які в свою чергу, вже з націнкою, здають його до державних елеваторів, трейдерам через налагоджену мережу збуту. Близько 44% опитаних реалізують 45% зерна вже відомим дрібним посередникам і 31% – новим.

Виступаючи незалежними посередниками між товаровиробниками, зерновими складами та переробниками, відкриваючи нові ринки збуту зерна, трейдери відіграють значну роль на ринку зерна. Після відмови від планової системи заготівлі й реалізації зерна, вони стали для виробників, з одного боку, надійними партнерами, які за готівку оперативного купують зерно будь-яких кондицій і за будь-яких умов, з іншого боку – монополістами, що встановлюють ціни, які часто не виправдовують сподівань виробників. Товаровиробники не мають альтернативних каналів збуту зерна, окрім трейдерів. Звичайно, на зерновому ринку діють і заготівельні організації, і переробні підприємства, і біржа. Втім, ці організації спроможні закупити невеликі обсяги зерна.

Тому, виникає потреба спільними зусиллями декількох господарств – великих виробників конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, дрібних реформованих господарств, фермерів – створювати на кооперативних засадах структури експедиційного обслуговування, спрямовані на експорт товарних обсягів.

З переходом агропромислового комплексу на ринкові засади відбулися суттєві зміни у системі реалізації сільськогосподарської продукції. У колишній економіці сільськогосподарське виробництво і торгівля України були елементами планової системи і функцію просування продукції до споживача здійснювала держава, яка закуповувала близько 85% товарної продукції сільського господарства, і до 90% продовольчих товарів реалізовували державні торговельні підприємства [2, с. 14].

Присутність посередницьких структур економічно обгрунтовано, оскільки вони задовольняють комерційні інтереси, сприяють задоволенню інтересів сільськогосподарських виробників рухом продукції на зерновому ринку, дозволяють досягнути економії на залишках завдяки тому, що виробник зерна укладає одну домовленість з посередником, а не з споживачем і кожним власником послуг, ресурсів (транспорт, зберігання, страхування та ін.).

Результати дослідження свідчать, що 87% зерна закуплено і реалізовано посередницькими структурами. Варто зазначити, що залежно від типу ринкового ланцюга з торгової партії зерна відбувається 4–5 угод купівлі-продажу, при цьому сам товар в посередницькій ланці зернового ланцюга переміщується зі складу в склад 1–2 рази.

Проведений аналіз дає змогу визначити напрямки удосконалення зовнішньоекономічної діяльності на ринку зерна, серед яких: належне державне регулювання, досконале інформаційне забезпечення учасників ринку, створення асоціацій учасників ринку, збутових кооперативів, активізація біржової торгівлі зерном, вихід безпосередніх товаровиробників на зовнішній ринок.

Світовий досвід господарювання в ринкових умовах свідчить, що серед організаційних форм торговельної діяльності одне з основних місць посідає біржова торгівля. За рівнем функціонування біржового ринку в світовій практиці нині визначається стан розвитку ринкової економіки країни. Саме такий органі-

заційно-економічний механізм дає змогу забезпечити гарантованість реалізації договірних зобов'язань учасників торговельних операцій, страхування і перерозподілу ризиків виконання укладених угод, а отже, стабільність виробничої діяльності підприємств. У діяльності бірж залишається невелика кількість укладених угод порівняно із обсягом реалізації аграрної продукції.

Досить тривалий період практично не укладали біржові угоди щодо закупівлі сільськогосподарської продукції й продовольства для державних і регіональних потреб, операції здійснювались – для реалізації з державних ресурсів і державного резерву.

В зв'язку з цим своєчасним є урядове рішення про створення Аграрного фонду та Аграрної біржі як відповідно оператора й основного місця проведення державних інтервенцій, здійснення режиму адміністративного регулювання цін на сільськогосподарську продукцію, організацію біржових торгів для потреб державного продовольчого резерву, а також із продажу об'єктів державного цінового регулювання на аграрному ринку, що підлягають продажу відповідно до Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» [1].

На нашу думку, вирішення питання біржової торгівлі в Україні можливе на основі подальшого формування чітко структурованих, репрезентативних і довготермінових інтересів як у сфері агробізнесу, так і сільського господарства. Щодо останнього, то вихід на біржовий ринок сільгоспвиробників напряду буде пов'язаний з поглибленням приватизації у сільському господарстві.

Лише реальний власник об'єктивно зацікавлений у реальних цінах на свою продукцію як джерела інвестиційного відтворення, а відтак – у розвитку товарно-грошових відносин, що ґрунтуються на економічних мотиваціях.

Практично оптовий ринок сільськогосподарської продукції через відсутність формування великих партій товару районними агроторговими домами не розвинутий, і якби не реалізація через біржу податковою адміністрацією зерна боржників перед бюджетом та експортні контракти, не було б підстав визначити котирувальну біржову ціну, мати орієнтир рівня попиту на зерно в регіоні.

IV. Висновки.

В ринкових умовах ефективного функціонування зернопродуктового підкомплексу залежить від розвитку його інфраструктури, яка забезпечує багатоманітність організаційних форм і каналів збуту продукції.

Для розвитку ринкової інфраструктури доцільно створити низку нових систем і форм активізації торгівлі зерном і зернопродуктами.

Подальшого дослідження потребує процес узгодження інтересів сільськогосподарських товаровиробників:

- суб'єктів підприємницької діяльності,
- суміжних галузей і сфер.

Виробники зерна економічно потерпають від впливу монополій посередницьких структур (елеватори, хлібоприймальні пункти, зернотрейдери, поставальники матеріальних ресурсів, лізингові та страхові компанії) внаслідок того, що вони встановлюють занадто високу ціну на сої матеріали та послуги і не завжди бажану для виробника ціну на зерно.

Інтеграційні процеси між товаровиробниками зернопродукції та її переробними підприємствами мають базуватись на вдосконаленні контрактної форми відносин, яка найдоцільніша у зернопродуктовому підкомплексі на сучасному етапі розвитку економіки, що передбачатиме збереження юридичної самостійності при підпорядкуванні інтересам досягнення високих кінцевих результатів усього підкомплексу.

Література

1. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» № 1877 від 24.06.2004 р. (із зм.) // www.rada.gov.ua.
2. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: Монографія. – Вид. 2-ге без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.