

**Міністерство освіти і науки України**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Кафедра економічної теорії**

**Міждисциплінарна курсова робота**

з

аналітичної економіки

на тему:

**«Стратегічна сегментація та аналіз галузевого середовища»**  
**(на прикладі зернової галузі України)**

Студентки 5-го курсу ЕАм-11 групи

Романської І.О.

Науковий керівник:

проф., д. е. н. Козюк В.В.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

**Тернопіль – 2018 р.**

## **План**

Вступ

1. Теоретичні моделі сегментації галузі
2. Аналіз та оцінка стану зернової галузі України
3. Сучасні напрямки стратегічної сегментації ринку зерна
4. Проблеми та перспективи розвитку ринку зерна в Україні

Висновки

Список використаної літератури

Додатки

## Зміст

Вступ.....	4
1. Теоретичні моделі сегментації галузі.....	6
2. Аналіз та оцінка стану зернової галузі України.....	11
3. Сучасні напрямки стратегічної сегментації ринку зерна.....	17
4. Проблеми та перспективи розвитку ринку зерна в Україні.....	22
Висновки.....	29
Список використаної літератури.....	30
Додатки.....	32

## Вступ

Стан зернового ринку країни є важливим показником якості економічних реформ, що проводяться в країні, реалізації агропродовольчої політики. З урахуванням масштабів і повноти елементів економічних стосунків зерновий ринок може слугувати своєрідною моделлю розвитку для інших ринків сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства.

В умовах ринкового середовища вміння правильно і об'єктивно здійснити стратегічну сегментацію та аналіз зернової галузі дає змогу фірмі виявити конкурентні позиції, ключові фактори успіху та прийняти ефективні управлінські рішення з метою завоювання сегменту ринку та отримання стратегічних переваг. Об'єктивний аналіз ситуації в галузі і конкуренції в ній – важлива передумова розробки ефективної стратегії діяльності будь-якої фірми. На сьогодні це питання набуває особливої ваги і потребує детального дослідження.

Питання стратегічної сегментації аналізу зернового ринку є досить актуальним в умовах економічної кризи в Україні і їй присвячено значну кількість досліджень вчених-економістів та дослідників-практиків. Теоретична і практична розробка питань, пов'язаних із дослідженням сутності стратегічної сегментації зернової галузі знаходить своє відображення у працях зарубіжних вітчизняних і вчених І. Ансоффа, Л. Є. Басовського, М. Портера, А. Томпсона, А. Стрікланда та багато інших. Так, проблеми ефективності виробництва зернових розкриваються у працях П.Т. Саблука, О.М. Шпичака, В.І. Бойка, М.Г. Лобаса, В.Л. Волинця та інших. Відзначаючи цінність результатів досліджень науковців, необхідно зазначити, що чимало питань щодо напрямів удосконалення цього сектора економіки в сучасних умовах залишаються недостатньо дослідженими.

Метою курсової роботи є узагальнення теоретичних аспектів зернового ринку та обґрунтування напрямків сегментації ринку зерна в Україні.

Мета дослідження зумовила вирішення наступних завдань:

- визначити сутність та основні моделі сегментації ринку;
- здійснити аналіз і оцінку сучасного стану ринку зерна в Україні;

- провести сегментацію зернової галузі України;
- визначити проблеми і перспективи розвитку зернового ринку України та напрямки державної підтримки галузі.

Об'єктом дослідження – є зернова галузь України.

Предметом курсової роботи є сукупність теоретичних та прикладних аспектів сегментації та аналізу середовища зернової галузі.

Методи дослідження. У курсовій роботі використано такі методи: діалектичний – для виявлення стану об'єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному ринку; аналіз - для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; синтез для узагальнення розрізнених аспектів методики формування показників; порівняння для зіставлення даних галузі у динаміці; табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-правові акти з питань регулювання ринку зерна в Україні, матеріали державної служби статистики України, аналітичні дослідження, наукові публікації провідних українських та інших зарубіжних учених із проблем та перспектив розвитку зернової галузі.

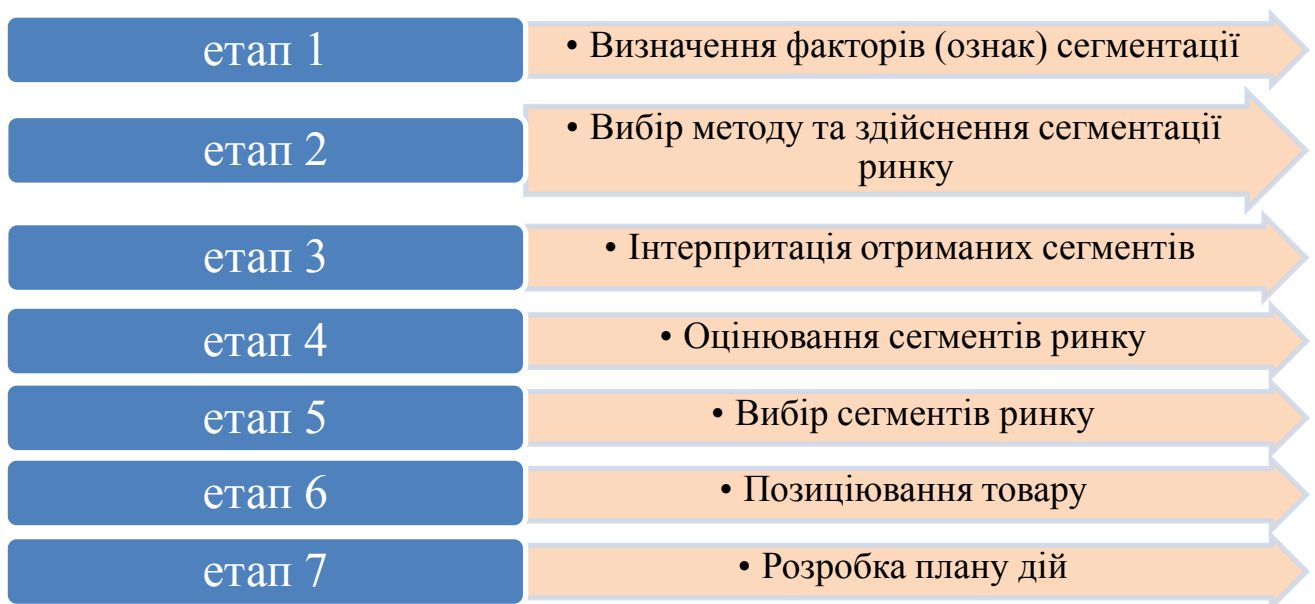
## 1. Теоретичні моделі сегментації галузі

Стратегічний характер і масштаби розвитку вітчизняної зернової галузі доповнюються досить вагомими її міжгалузевими зв'язками з іншими секторами національного господарства, що справляє істотний вплив на загальний стан усієї економіки країни. Сегментація ринку – складний і відповідальний процес. Одна з основних причин труднощів полягає в тому, що зовнішнє середовище розглядають не з позицій реалізації традиційного набору продуктів, які виробляє конкретна організація, а як сферу породження нових потреб, що можуть привабити будь-якого конкурента. У цьому випадку споживач не стільки вибирає товар, скільки прагне кращого вирішення проблеми – задоволення конкретної своєї потреби. Водночас, один і той же продукт може бути призначений для різних груп споживачів, які мають різні смаки. Все це спонукає до формування груп споживачів з однаковою реакцією на запропонований товар.

Існують різні способи ідентифікації цільових груп споживачів. Більшість дослідників вважають, що сегментацію здебільшого здійснюють у два етапи: макро- і мікросегментація. Макросегментація – це ідентифікація ринку товару, яка враховує групи споживачів і набір функцій, що ґрунтується на конкретній технології. Вона може здійснюватися за такими критеріями: потреба, технологія, тип споживачів, географічний район. Детальніший аналіз різноманітних потреб всередині ринків товару здійснюють на етапі мікросегментації. Очевидно, що споживачі в межах певного ринку товару зацікавлені в однаковій функції, наприклад, у точному відліку часу при купівлі годинника. Однак вони можуть мати специфічні очікування або переваги щодо цієї функції чи додаткових послуг, які її супроводжують. Мікросегментація – це процес визначення груп споживачів (сегментів) у межах ідентифікованого ринку товару [5].

Сегментація ринку – розподіл споживачів на групи (сегменти), які відрізняються відносною однорідністю попиту, смаків, уподобань або реакцією на ті чи інші види діяльності. Зазначимо, що сегментація є вимушеною формою пристосування фірми до вимог ринку, на якому вона діє. Кінцева мета сегментації

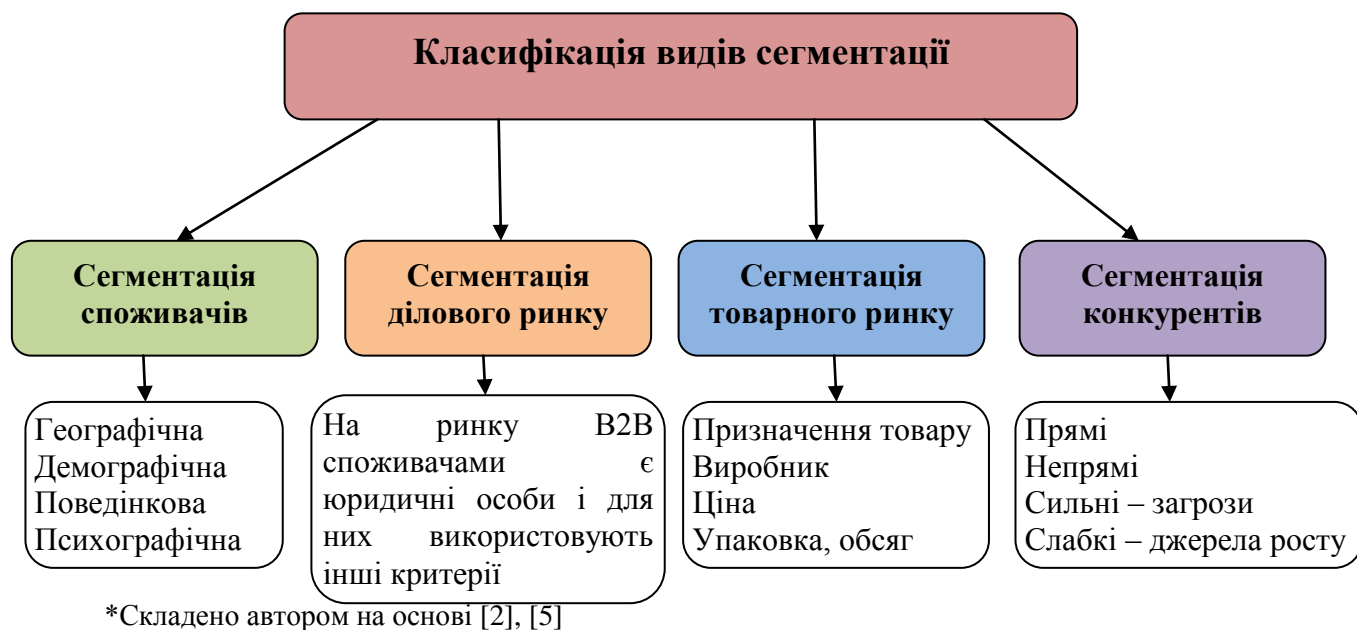
цільового ринку – вибір сегмента (або сегментів) споживачів, на задоволення потреб якого буде зорієнтована діяльність фірми. Під час сегментації ринку використовують методи групувань, стратифікації, кластеризації, випадкової та не випадкової вибірок. Процес сегментації здійснюють за такою послідовністю: визначення важливих і релевантних критеріїв для поділу ринку на сегменти; аналіз критеріїв і вибір не більше двох-трьох з них, які дають змогу визначити та систематизувати головні сегменти; визначення таких сегментів, на які організація спрямовуватиме свої зусилля відповідно до її цілей та можливостей. Завершальною стадією сегментації ринку вважають побудову ринково-продуктової матриці відповідно до вибраних критеріїв [5]. Таблицю будують за такими правилами: формують максимально широкий перелік змінних сегментації; аналізують ці змінні з метою вибору тих, які дійсно мають стратегічне значення; групують змінні з сильною взаємною кореляцією, що виключає неможливі комбінації змінних; об'єднують певні сегменти, якщо відмінності між ними незначні. Етапи процесу сегментації ринку наведено на рис. 1.



**Рис. 1. Етапи процесу сегментації ринку**

Процедура сегментації ринку починається з вибору факторів (ознак, змінних) сегментації. Закономірно, що фактори ринків споживчих товарів і товарів виробничого призначення відрізняються.

Напрямами сегментації, крім сегментування ринку за групами споживачів, може бути сегментація ділового ринку, сегментація за параметрами товару та сегментація за конкурентами. Основні види сегментації ринку наведено на рис. 2.



**Рис. 2. Критерії сегментації ринку**

Зазначимо, що вибір будь-якого з факторів залежить від конкретного завдання сегментації: вибір оптимальних каналів розподілу, розробка нового товару чи вибір рекламного аргументу для проведення рекламної кампанії тощо.

Сегментація на основі факторів поведінки споживачів (рис. 3) має широке застосування [8]:

- при розробці різних моделей виробу з різними характеристиками, складання рекламних звернень, що наголошують різні вигоди товару, навчання торгового персоналу (на основі сегментування споживачів за очікуваними вигодами);
- при розробці спеціальних програм підтримки інтенсивних споживачів, рівень інтенсивності купівель яких вище за інших; спеціальних умов оплати;



- різних за розмірами та якістю варіантів товарів; спеціальних послуг (залежно від інтенсивності споживання товару та ступеня лояльності споживачів до торгової марки).



**Рис. 3. Фактори сегментації за групами споживачів**

Сегментація за географічними ознаками використовується для вибору регіонів продажу, адаптації товару до різних кліматичних умов регіонів, де він експлуатуватиметься (устаткування, обладнання).

Сегментація за демографічними ознаками дає змогу оцінити розміри сегментів, вибрати для реклами торгової марки ті чи інші засоби масової інформації, яким віддають перевагу різні за доходами, віком, рівнем освіти сегменти споживачів.

Психографічні фактори стають у нагоді при виборі стилю, дизайну на етапі проектування виробу, в розробці маркетингового комплексу на різних етапах життєвого циклу товару.

Факторами сегментації за групами виробників можуть бути: розмір фірми; галузь, в якій діє підприємство; географічне розташування; очікувані вигоди / процес прийняття рішень; статус користувача; інтенсивність споживання; технологічні характеристики; індивідуальні характеристики та інші.

Ефективність сегментації досягається за умови, якщо самі сегменти володіють наступними ознаками:

1. Вимірність – показує, якою мірою можуть бути виміряні обсяг і купівельна здатність сегмента.

2. Доступність – визначає, якою мірою даний сегмент піддається впливу і може бути обслужений. Один з авторів знайшов, що 20% відвідувачів одного ресторану, що обслуговує коледж, були постійні клієнти. У них, однак, не виявилось загальних властивостей. Вони включали як професорсько-викладацький склад, працівників, так і студентів. Не було різниці в споживанні між студентами денного і вечірнього відділень або між студентами різних курсів. Хоча і вдалося ідентифікувати сегмент ринку, проте виділити сегмент великих споживачів виявилось неможливо.

3. Прибутковість – свідчить про ступінь прибутковості сегменту як ринку. Сегмент повинна становити найбільша гомогенна група, життєздатна з економічної точки зору і здатна реагувати на спеціально складену програму маркетингу.

4. Можливість освоєння – вказує на ступінь, до якої доцільно розробляти спеціальні програми із залучення і обслуговування сегментів.

Сегментація ринку передбачає вибір цільових сегментів, які найбільше відповідають можливостям фірми та особливостям розвитку ринку. З метою ведення прибуткової діяльності у конкретному сегменті ринку, необхідно, щоб його місткість, на який претендує фірма, відповідала оптимальному обсягу виробництва продукції.

Отже, розглянутий підхід до стратегічної сегментації ґрунтується на пошуку ключових чинників успіху й базових компетенцій, їх індивідуалізації та створенні унікальних комбінацій і відповідає певній стратегічній зоні господарювання.

## 2. Аналіз і оцінка стану зернової галузі України

Ринок зерна володіє незаперечними перевагами порівняно з іншими формами організації економічних відносин, так як ринковий механізм природним чином без наказів і команд з'єднує інтереси виробників зерна і його споживачів, продавців і покупців, матеріально зацікавлює виробників в задоволенні потреб населення в хлібопродуктах, які виражаються через попит. Під впливом ринкових процесів відбувається природний відбір тих товаровиробників, які здатні ефективно здійснювати випуск, просування, обмін, споживання хлібопродуктів за рівноважними цінами.

Для здійснення аналізу і оцінки стану зернової галузі України використовують такі економічні характеристики: розмір ринку; масштаби конкуренції; темпи росту ринку (%); стадії життєвого циклу галузі; структуру конкуренції, число споживачів і їх фінансові можливості; ступінь вертикальної інтеграції; темпи технологічних змін і продуктових інновацій; ступінь продуктової диференціації; величини економії на масштабі виробництва, транспортування; наявність та величини ефекту кривої досвіду; рівень інвестування галузі; рівень і темпи інновацій; галузеву капіталоємність; середньогалузевий прибуток.

Стратегічним напрямом розвитку сільського господарства України є розвиток зернової галузі. За останні 10 років спостерігається позитивна тенденція у валовому зборі зернових (табл. 1). Загальний обсяг зернових за 2008-2017 рр. зріс на 25%. Проведений аналіз показав, що зростання валового збору зернових відбулося, в основному, за рахунок підвищення врожайності зернових.

Якщо ж аналізувати урожай зернових в Україні у 2017 р., то він становив 61,28 млн. тонн, що на 4,7 млн. тонн нижче показника 2016 р. Основною причиною скорочення виробництва зернових культур стала несприятлива погода в період наливання зерна. Найбільше скорочення торкнулося ячменю та кукурудзи.

Таблиця 1

## Основні показники виробництва зернових в Україні за 2008-2017 рр.\*

№ зп	Показники	Роки						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Баланс зернових, тис. тонн</b>								
1.	Початкові запаси	3688	7162	3424	5600	7042	4150	5207
2.	Зібрані площі, тис. га	15076	14507	15384	14531	14489	14130	14494
3.	Урожайність, ц/га	36,3	31,5	40,4	43,7	41,3	46,0	43,0
4.	Виробництво	54704	45713	62153	63535	59782	66088	61280
5.	Імпорт	98	74	94	72	73	240	205
<b>Загальна пропозиція</b>		<b>58338</b>	<b>52923</b>	<b>65671</b>	<b>69207</b>	<b>66898</b>	<b>70478</b>	<b>66692</b>
6.	Експорт	22691	22179	32515	35277	38506	43800	41000
7.	Кормове споживання	15295	15132	16207	15730	13520	12278	11055
8.	Продовольча переробка	6640	6464	5813	5673	800	5405	5705
9.	Промислове споживання	1632	1180	1427	1400	1143	1342	1250
10.	Насіння	2606	2466	2360	2407	2555	2446	2556
11.	Втрати	2285	1664	1749	1678	1017	1350	1230
12.	<b>Внутрішній розподіл</b>	<b>28313</b>	<b>26759</b>	<b>27466</b>	<b>26793</b>	<b>23925</b>	<b>21471</b>	<b>20566</b>
13.	Кінцеві запаси	7157	3764	5600	7042	4357	5207	5126
14.	Запаси, % до внутрішнього розподілу	25,28	14,07	20,39	26,28	15,21	19,40	23,00
15.	Втрати, % до пропозиції	3,92	3,14	2,66	2,42	1,52	2,40	2,00

\*Джерело: Складено автором за даними державної служби статистики України

Згідно з інформацією Державної служби статистики України, загалом Україна в минулому році намолотила 26,1 млн. тонн пшениці за врожайності 41,1 ц/га, 24,1 млн. тонн кукурудзи (54,4 ц/га), 8,3 млн. тонн ячменю (33,1 ц/га), 506,8 тис. тонн жита (29,7 ц/га), 471 тис. тонн вівса (23,9 ц/га), 180 тис. тонн гречки (9,8 ц/га), 1,1 млн. тонн гороху (26,5 ц/га), 63,9 тис. тонн рису (50,5 ц/га). Середня врожайність зернових становила 42,8 ц/га.

Необхідно відмітити, що врожайність зросла майже за всіма видами зернових. Однак відбулися суттєві зміни у структурі посівів. Так, значно зросли посіви кукурудзи у 2017 р. порівняно з 2010 р. майже у 2 рази, посіви пшениці – у 1,5 рази. Водночас зменшились площі під ячменем, житом, вівсом, гречкою, просом (табл. 2, рис. 1).

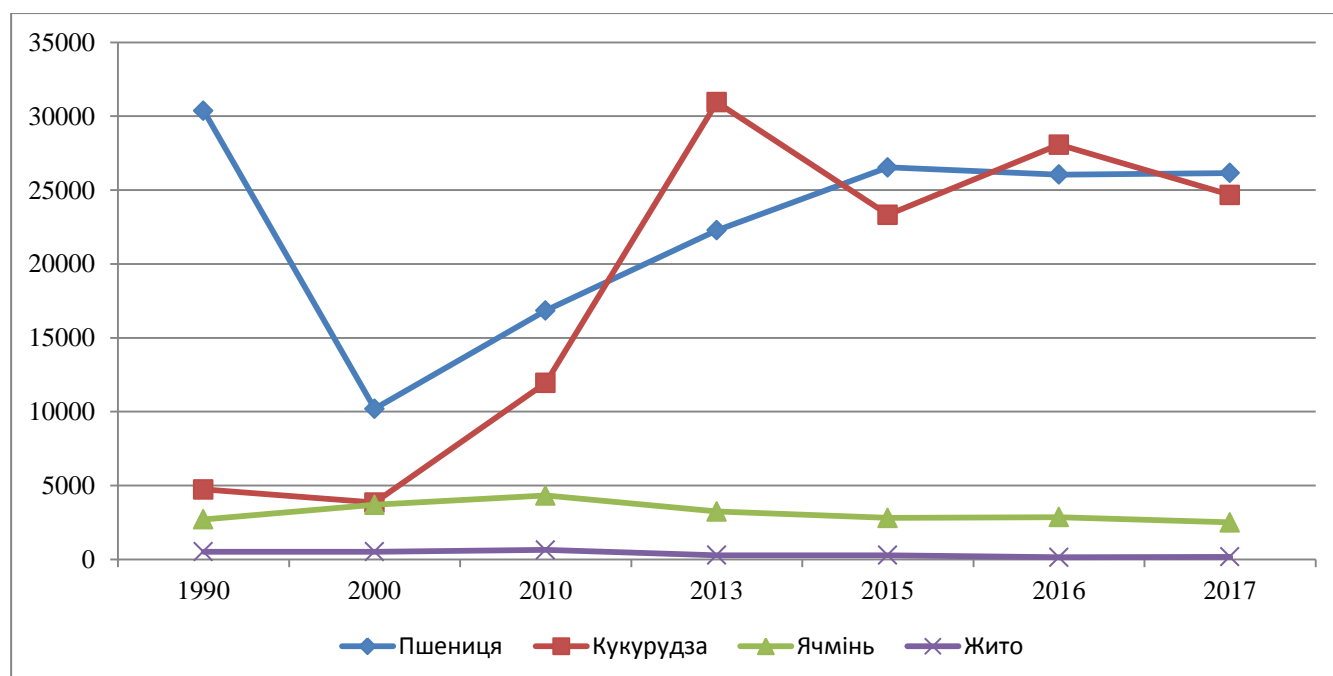
Таблиця 2

## Динаміка виробництва зернових в Україні за 1990-2017 рр.\*

ТИС. ТОНН

Зернові	Роки						
	1990	2000	2010	2013	2015	2016	2017
Пшениця	30373,7	10197,0	16851,3	22279,3	26532,1	26043,4	26158,0
Кукурудза	4736,8	3848,1	11953,0	30949,6	23327,6	28074,6	24668,8
Ячмінь	2712,0	3689,1	4316,9	3233,1	2805,2	2859,2	2501,5
Жито	517,2	517,2	638,1	279,1	279,3	143,6	171,0
Овес	485,9	481,0	310,8	241,3	210,5	208,6	197,8
Гречка	362,3	528,9	198,6	168,4	127,7	153,7	185,3
Просо	196,8	366,5	85,3	78,0	112,8	107,7	56,1

\*Джерело: Складено автором за даними державної служби статистики України



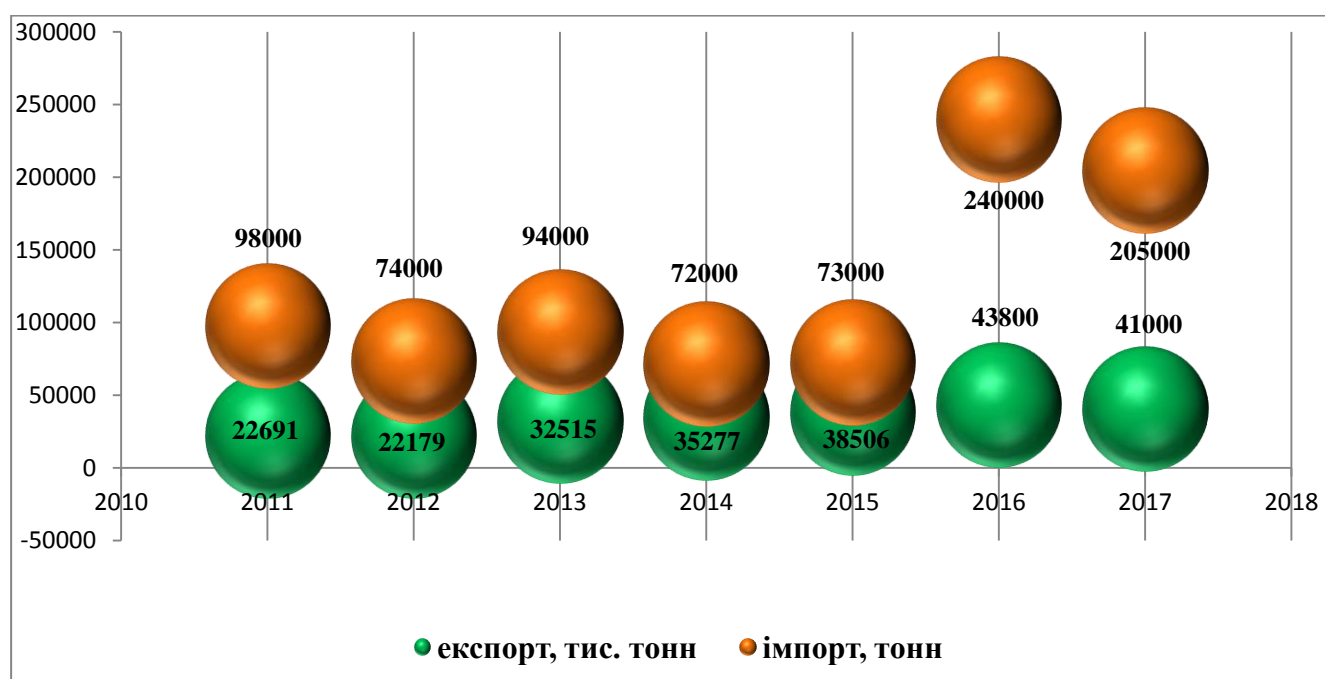
\*Джерело: Складено автором за даними державної служби статистики України

Рис. 1. Динаміка виробництва основних видів зернових в Україні за 1990-2017 рр.\*

Незважаючи на скорочення валового виробництва, обсяг експорту в 2017-2018 р. очікується на рівні 41 млн. тонн, що тільки на 2,8 млн. тонн поступається минулорічному показнику. Рівень кінцевих запасів очікується в межах 23% до внутрішнього розподілу зернових культур. З початку 2017-2018 р. Україна експортувала понад 34 млн. тонн зернових культур, зокрема, 15,1 млн. тонн пшениці (у тому числі продовольчої – майже 8,7 млн. тонн, фуражної – понад 6,4

млн. тонн), ячменю – понад 4 млн. тонн, кукурудзи – понад 14 млн. тонн. За аналогічний період 2016-2017 р. було експортовано майже 36,9 млн. тонн зернових, зокрема, 15,6 млн. тонн пшениці (у тому числі продовольчої – 10 млн. тонн та фуражної пшениці понад 5,5 млн. тонн), ячменю – 5,1 млн. тонн, кукурудзи – 15,7 млн. тонн).

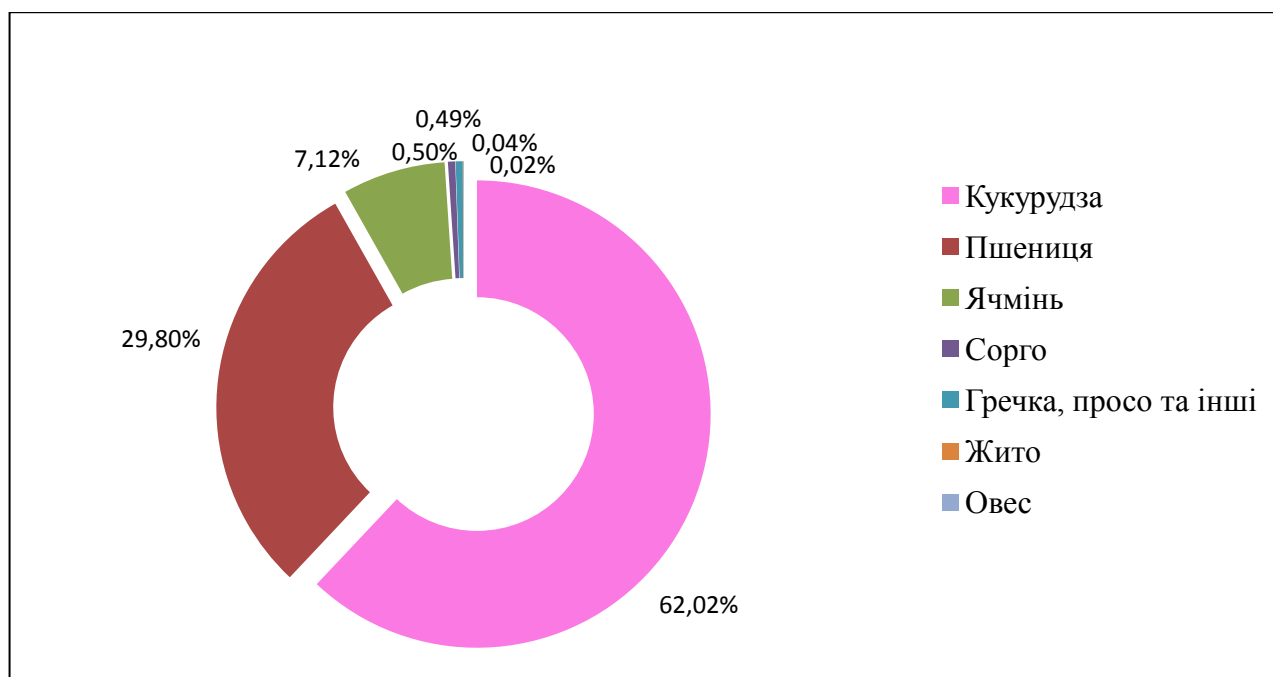
Динаміка експорту та імпорту зернових за 2017 рр. свідчить, що обсяги експорту зросли майже у 1,8 рази, а обсяги імпорту зменшились на 19,6 % порівняно з 2011 р.



\*Джерело: складено автором за даними митної статистики

**Рис. 3. Динаміка співвідношення між експортом та імпортом зернових в Україні за 2011-2017 рр.**

У загальній вартісній структурі вітчизняного експорту зернових культур переважали три основні сільськогосподарські культури – кукурудза (62%), пшениця (29,8%) і ячмінь (7,1%). На їх частку припадало майже 93,7% усіх валютних надходжень від експорту продукції зернової галузі країни (рис. 4).



\* Джерело: складено автором за даними митної статистики

**Рис. 4. Товарна структура експорту зернових культур з України на світові аграрні ринки у 2017 р.**

Виробництво пшениці у 2017-2018 р. склало 26,1 млн. тонн, що на 67 тис. тонн більше обсягу попереднього року. Ріст виробництва пов'язаний із сприятливими погодними умовами в період вегетації пшениці. Прогнози експорту пшениці у 2018 р. є досить амбітними та оцінюються на рівні 18 млн. тонн, що на 0,5 млн. тонн більше, ніж минулого року. Собівартість виробництва пшениці в 2016 р. продовжує демонструвати тенденцію до росту. За останні 5 років собівартість виробництва пшениці зросла вдвічі. Рентабельність пшениці в Україні досить непогана порівняно з основними країнами-виробниками цієї культури, однак все ж для українського фермера позначка в 31,7% не найвище, що можна отримати (див. додаток Б).

Виробництво ячменю в Україні у 2017-2018 р. склало 8,52 млн. тонн, що на 12% менше, ніж у минулому маркетинговому році. Експортний потенціал даної зернової культури оцінюється в 4,3 млн. тонн, що значно поступається показнику минулого року в 5,3 млн. тонн. Собівартість виробництва ячменю у 2016 році, як і на решту зернових демонструє тенденцію до росту, що пов'язана із ринковими факторами, як от збільшення вартості виробничих ресурсів. Рентабельність

ячменю, завдяки високій врожайності минулого та цього року демонструватиме ріст. У 2016-2017 р. цей показник склав 25,4%, у 2017-2018 р. очікується вищий показник (див. додаток В).

Валове виробництво кукурудзи у 2017-2018 р. склало 24,11 млн. тонн, що на 3,9 млн. тонн менше, ніж в попередньому маркетинговому році. Внаслідок скорочення валового виробництва переглянуто в бік зменшення до 18 млн. тонн порівняно з 20,37 млн. тонн у 2016-2017 р. і прогнози експорту даної зернової культури (див. додаток Г).



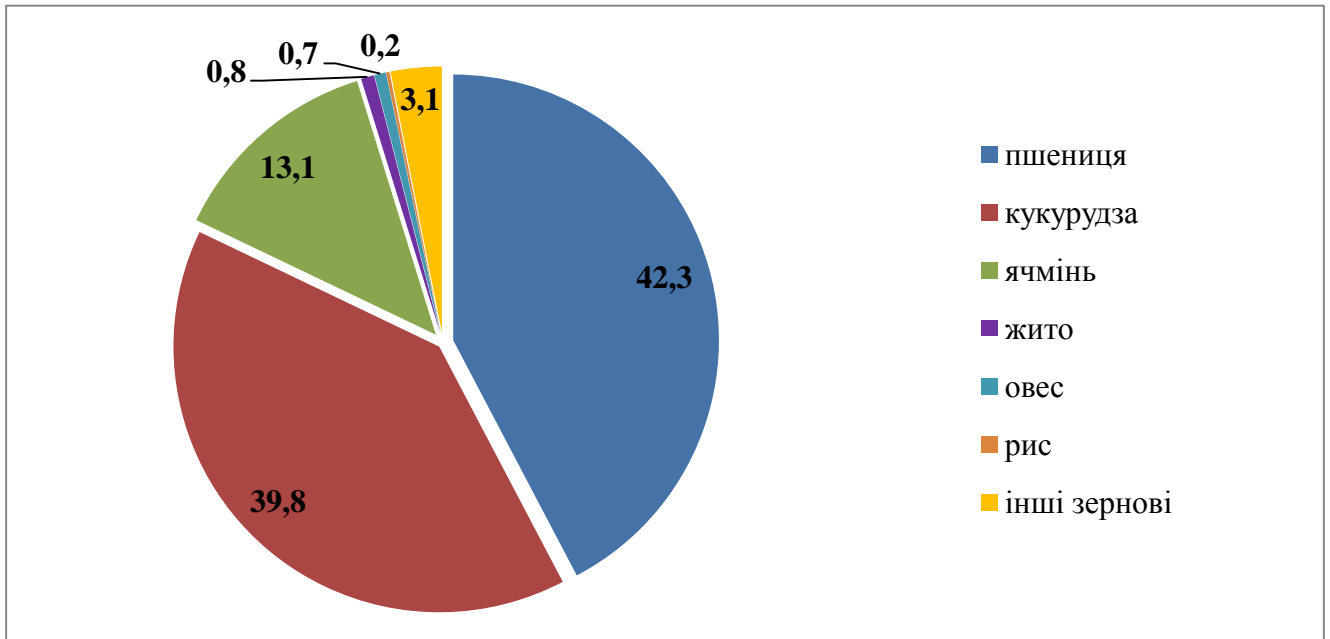
### 3. Сучасні напрямки сегментації ринку зерна

Сегментація ринку – це стратегія і тактика виробників і продавців зерна і продуктів його переробки на ринку, який передбачає поділ його сфер в часі і просторі на окремі сегменти, які характеризуються однаковими запитами споживачів і покупців на певні види продуктів. Кожен сегмент повинен відповідати таким умовам: бути досить диференційованим, враховувати попит кожної групи населення, мати можливість для подальшого сегментування, випускає продукція повинна бути конкурентоспроможною.

Основою сегментації ринку зерна є вивчення вікового цензу населення, його чисельного складу, звичаїв, традицій, смаків, грошових доходів, наявність сезонних коливань споживання зерна і продуктів його переробки. В подальшому може здійснюватися більш диференційована сегментація ринку залежно від підвищення рівня життя населення.

Зерновий ринок – це найскладніше формування, яке необхідно розглядати з позиції сегментації ринку. Форми зернового ринку можна виділити різноманітні: за цільовим призначенням; за територіальною ознакою; за характером власності на товари і самі ринки; за суб'єктами товарного обміну; за типом угод; за відповідністю до законодавств тощо.

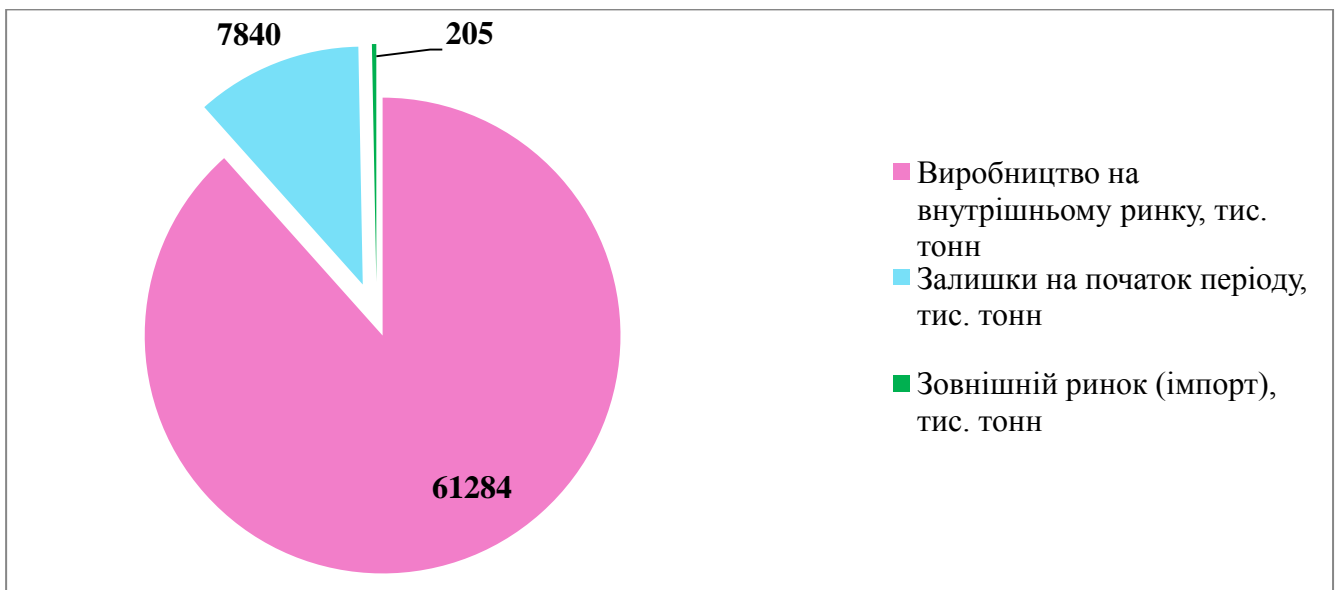
Так, відповідно до товарної сегментації зернової галузі (рис 5) найбільшу частку у валовому виробництві зернових за 207 р. займає пшениця (42,3%) та кукурудза (39,8%). За останні 10 років значно скоротилось виробництво ячменю (дод. В), жита, вівса та інших зернових. У структурі зернових на ячмінь припадає 13,1%, жито – 0,8%, овес – 0,7%, рис – 0,2%, на інші види (просо, гречка, сорго) – 3,1%.



\*Джерело: Складено автором за даними державної служби статистики України

**Рис. 5. Сегментація зернової галузі України за видами зернових у 2017 р.**

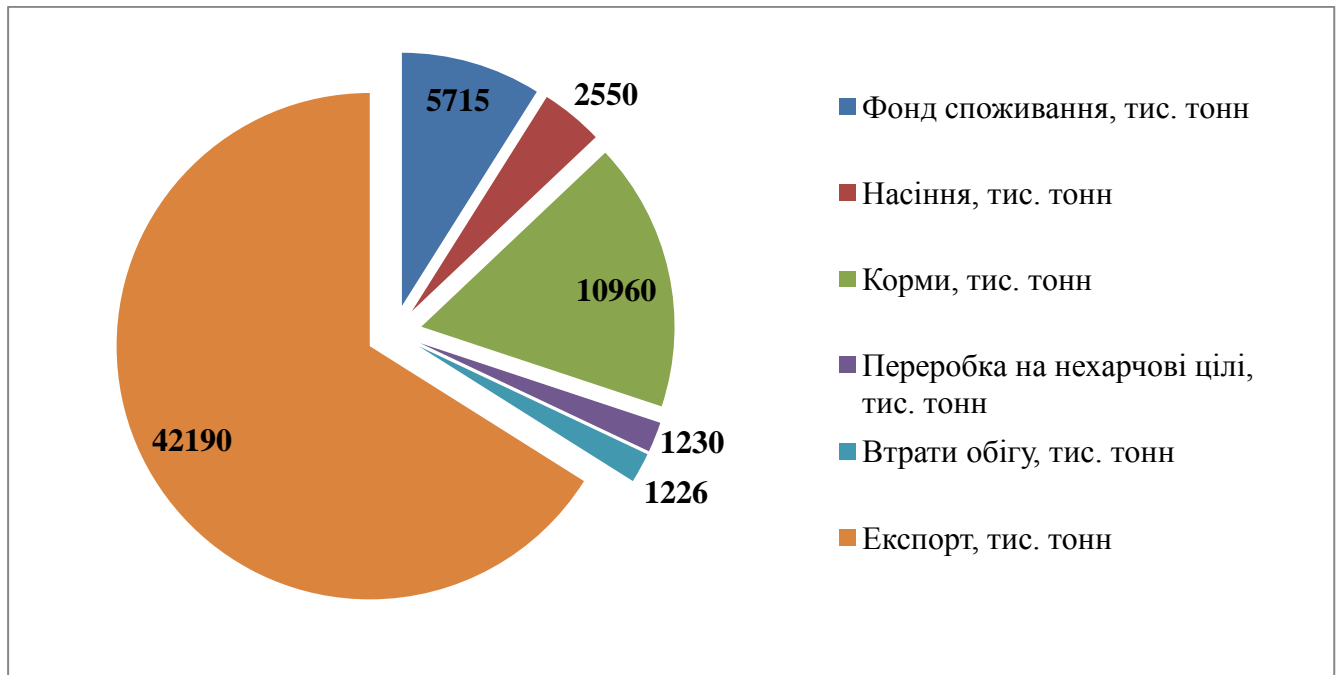
Якщо розглядати сегментацію ринку за напрямками надходження зернових в Україні, то із усього валового виробництва (69329 тис. т) 88,4% – це виробництво зернових в межах країни (61284 тис. т), 11,3% – залишки зернових з минулого періоду (7840 тис. т), і лише 0,3% (205 тис. т) – імпорт (рис. 4).



\*Джерело: Складено автором за даними державної служби статистики України

**Рис. 4. Сегментація зернового ринку України за напрямками надходження зернових у 2017 р.**

Відповідно до сегментації ринку зерна за напрямками використання 60,9% зернових йде на експорт і лише 39,1% – на внутрішнє використання: з них на фонд споживання – 8,2%, 15,8% – на корми, 6,5% – фонд споживання, 3,5% – на переробку на нехарчові цілі і втрати обігу(рис. 5).



**Рис. 5. Сегментація ринку зерна в Україні за напрямками використання зернових у 2017 р.**

За останні 4 роки практично не змінилась структура ТОП-10 компаній виробників та експортерів основних зернових культур в Україні, проте відбулись незначні зміни у позиціях щодо виробництва та експорту за основними видами зернових, які становлять експортний потенціал України. Так, вагомий сегмент ринку зернових займають такі конкуренти-виробники, як Нібулон, Кернел, Каргілл, ДПЗКУ, ADM. Ними охоплено майже 30-40% усього ринку зерна в Україні (рис. 7). Щодо конкурентів виробників і експортерів зернових в Україні, то найбільшими виробниками пшениці і ячменю у 2017 р. є компанії «Нібулон» (8,4% в загальному обсязі поставок), «Кернел» (7,2%), «Каргілл». На ринку кукурудзи лідерство займають «Кернел» (7,9%), «Нібулон» (7,8%), ADM (4,7%).

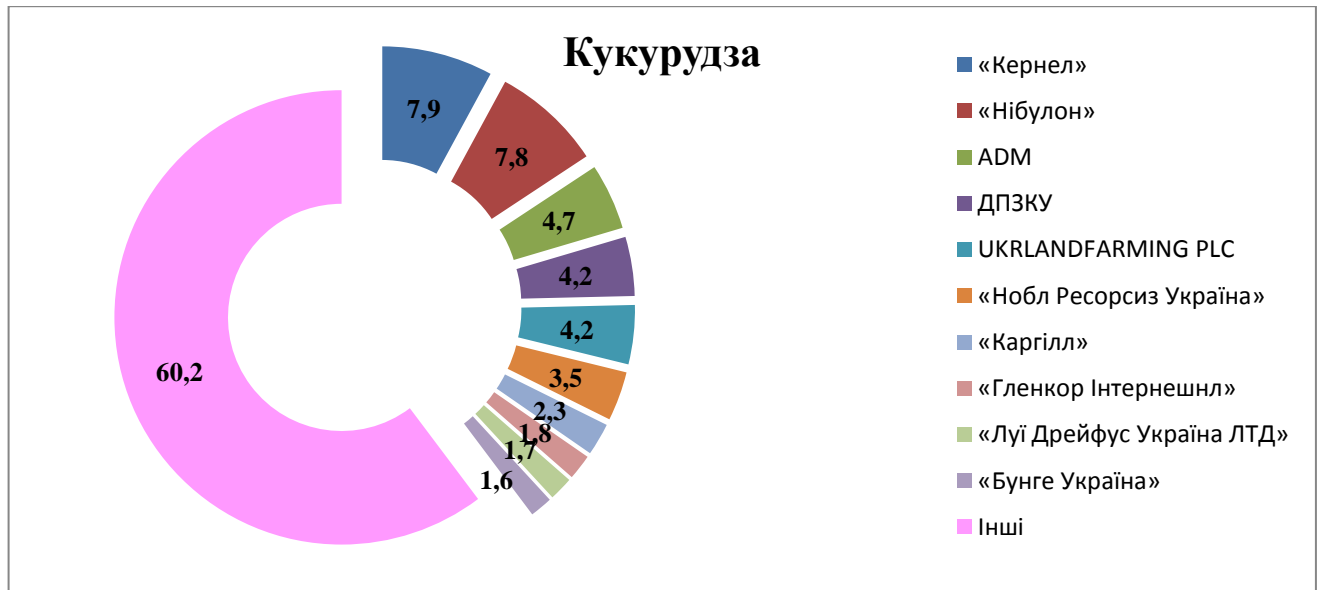
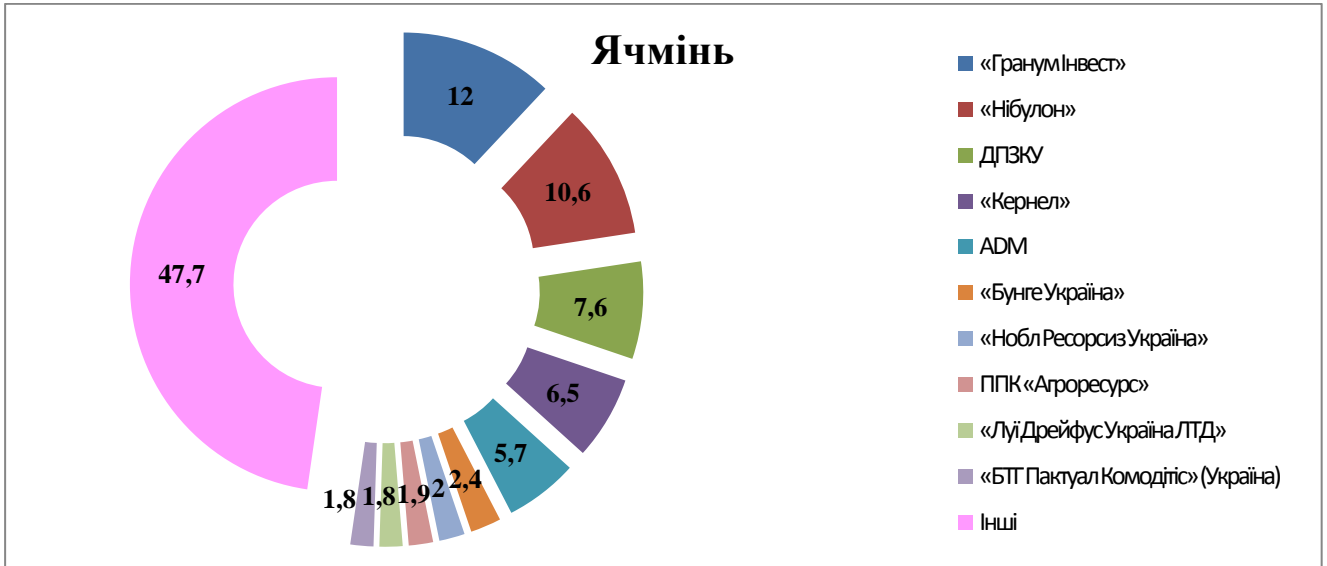
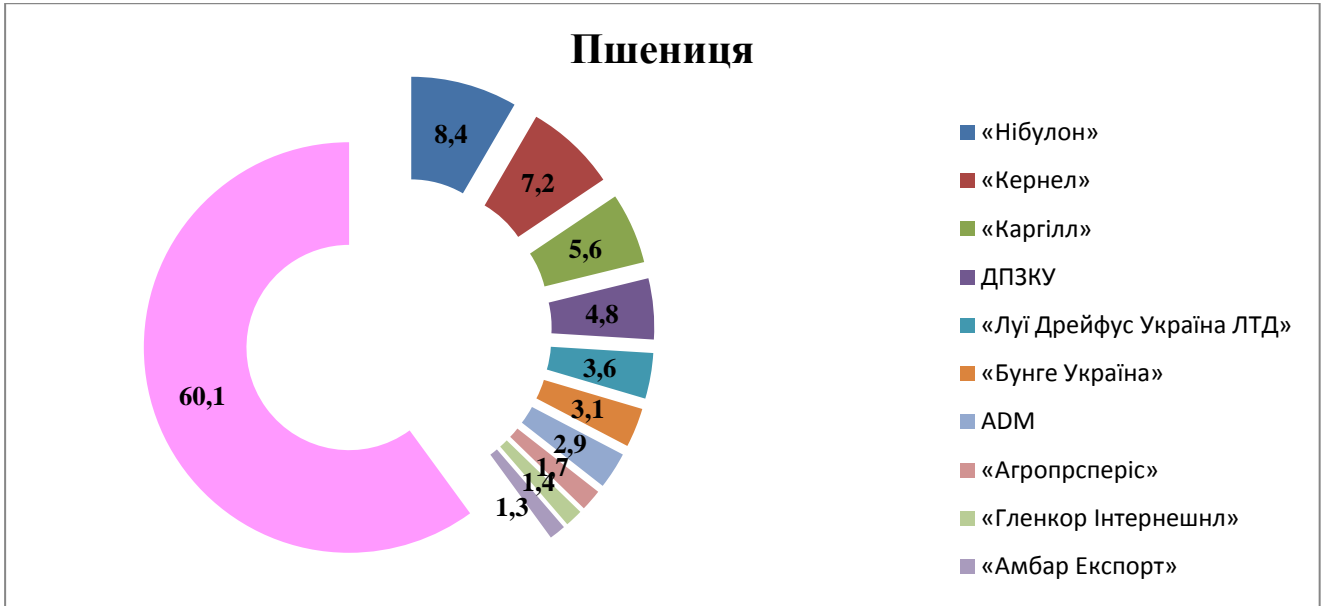


Рис. 6. Сегментація ринку пшениці, ячменю і кукурудзи за виробниками в Україні за 2017 р.

Таким чином, сегментація зернового ринку є процесом виявлення у загальній структурі ринку різних груп споживачів на підставі схожих характеристик та потребує подальшого їх аналізу. Основна ідея стратегічної сегментації полягає в тому, що фірма може обслуговувати цільовий ринок ефективніше за конкурентів, які розосереджують свої ресурси на всьому ринку. У результаті створюється перевага над конкурентами диференціацією товарів на основі повнішого задоволення потреб споживачів або шляхом досягнення менших витрат при обслуговуванні вибраного сегмента. Розробка стратегії з урахуванням сегментації ринку за різними ознаками сприяє пошуку стратегічних сегментів і зосередження діяльності фірми на них, що забезпечить фірмі стійкі переваги серед конкурентів у перспективі і отримання високих прибутків.

### 3. Проблеми та перспективи розвитку ринку зерна в Україні

Зернова галузь є базою та джерелом сталого розвитку більшості галузей агропромислового комплексу та основою аграрного експорту. Головною проблемою зернового комплексу в Україні є ціновий дисбаланс, що призводить до руйнації його матеріально-технічної бази, неможливості оновлення техніки й технології зернового виробництва, зменшення втрат при збиранні урожаю. Державне регулювання ринку зерна не відіграє стимулюючої ролі щодо виробництва зерна, а відсутність системного підходу до регулювання зернового ринку може призвести до подальшого зменшення показників урожайності та обсягів виробництва зерна в Україні, скорочення доходів сільськогосподарських виробників.

Нами визначено основні проблеми зернової галузі України, зокрема:

1. відсутність стратегії розвитку аграрного сектора – кожен з керівників займається тим, що він бачить найважливішим. Але це командна гра, тільки системний підхід дозволить вибудувати певний ланцюг гравцями ринку;

2. крос-секторальна і логістична проблеми – злісні апетити Мінфіну заважають нарощувати врожайність. Наприклад, скасування відшкодування ПДВ: звичайно ж, виробник переключиться на щось інше;

3. освіта та залучення освічених людей в аграрний сектор: туди йдуть люди, які, як правило, вийшли з села. Важко людині з міста зрозуміти, чому немає врожаю. Щоб залучити і зацікавити молодь повинна бути державна політика;

4. технічне забезпечення та земельні відносини – головні питання для подальшого розвитку галузі. В Європі вноситься близько 150 кг/га діючої речовини добрив, в Україні – 105 кг. У нас величезний запас зростання продуктивності за рахунок живлення рослин.

5. фітосанітарна проблема – вимагає об'єднаних зусиль гравців ринку. До цього часу закритий експорт до В'єтнаму. Постають проблеми збереження земель, екології, доступу до водних ресурсів.

Враховуючи виняткову роль зерна та продукції зернопереробки для економічної безпеки країни та соціальної стабільності, держава здійснює закупівлю зернових культур до своїх резервів із подальшою їх переробкою. Приклади державного регулювання зернових ринків економічно розвинутих країн і сучасний стан національного ринку зерна, на наш погляд, не вимагають доказу необхідності регулювання державного зернового ринку. У розвинутих країнах світу державне замовлення – це гарантія збуту продукції, а отримання відповідної ліцензії для виробників або переробників зерна здійснюється на конкурсній основі. Як правило, ціна рівноваги для виробників зерна є надто низькою і не забезпечує достатнього рівня доходів. Державне регулювання виробництва зерна шляхом встановлення нижньої межі цін значно стимулює виробництво, однак це спричиняє надлишок пропозиції зернових культур. У Німеччині ці наслідки проявляються у значних обсягах нереалізованої продукції, які держава закуповує у товаровиробників та, як правило, намагається реалізувати надлишки продукції на світовому ринку за низькими цінами й одночасно захищаючи власне сільське господарство за допомогою високих ввізних мит.

Державне регулювання зернового ринку на сучасному етапі повинно будуватись на якісно новій основі, адекватній ринковим відносинам. На нашу думку, основним завданням державного регулювання повинно бути створення такого економічного середовища, яке сприяло б ринку максимально проявити свої потенційні можливості із саморегулювання.

Механізм державного управління полягає перш за все у створенні належної інфраструктури ринку і підтримки безпосередньо товаровиробників, а не комерційних структур. Вважаємо, що основною метою державного регулювання зернового ринку є захист інтересів виробників і споживачів при пріоритеті інтересів останніх, в якості яких виступає населення і галузі тваринництва, які є споживачами зерна і продуктів його переробки, а також власне зернове господарство, як споживач промислової продукції і послуг.

Відповідно до Закону “Про зерно та ринок зерна в Україні” щодо державної політики регулювання ринку зерна, можна виділити наступні заходи:

1. Забезпечення внутрішніх потреб держави у продовольчому, насіннєвому, фуражному, технічному зерні та покращення заходів щодо нарощування його експорту;
2. Надання пріоритетної бюджетної, кредитної та інвестиційної підтримки суб'єктам заставних закупівель зерна та проведення інтервенційних операцій;
3. Встановлення мінімальної гарантованої ціни на заставне сільськогосподарськими товаровиробниками зерно;
4. Недопущення обмежень у пересуванні зерна та продуктів його переробки;
5. Забезпечення контролю якості зерна та його зберігання;
6. Впровадження сучасних ресурсощадних технологій у виробництві, зберіганні та переробці зерна.

Обов'язковою умовою сталого функціонування зернового ринку є наявність добре розвинутої (виробничої і ринкової) інфраструктури, яка включає в себе торгово-посередницької організації з їхньою матеріально-технічною базою із зберігання, транспортування і реалізації продукції, а також обслуговуючі структури (страхові і фінансові компанії, банки, інформаційні і консультаційні служби).

З метою визначення проблем і перспектив розвитку зернової галузі України використаємо модель SWOT – аналізу. Для цього для початку визначимо сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози (табл. 3, 4).



Таблиця 3

## Кількісна оцінка впливу можливостей та загроз на сильні та слабкі сторони зернової галузі України

		СИЛЬНІ СТОРОНИ			СЛАБКІ СТОРОНИ			Кількісна оцінка можливостей та загроз
		Постійний попит на продукцію	Швидке адаптування до потреб споживача	Безвідходне виробництво	Залежність від кліматичних умов	Коливання розміру прибутку залежно від цін	Застаріле обладнання	
ЗАГРОЗИ	Інфляція	5	3	3	2	4	2	19
	Зміни в потребах споживача	5	5	1	1	1	3	16
	Негативні демографічні зміни	4	3	1	1	1	1	11
	Соціально-політична та економічна нестабільність	5	3	1	1	5	1	16
МОЖЛИВОСТІ	Можливість розширення асортименту продукції	5	4	4	2	2	4	19
	Можливість застосування ноу-хау	4	5	4	2	3	5	23
	Можливість виходу на іноземні ринки	5	5	2	1	1	2	15
	Можливість швидкого розвитку в зв'язку з зростанням попиту	4	3	3	1	3	3	17
	Розвиток економіки країни	3	3	1	1	2	3	13
Кількісна оцінка сильних та слабких сторін		45	38	22	13	24	37	

Таблиця 4

## Формування проблемних полів зернової галузі України

		СИЛЬНІ СТОРОНИ			СЛАБКІ СТОРОНИ		
		Постійний попит на продукцію	Швидке адаптування до потреб споживача	Безвідходне виробництво	Залежність від кліматичних умов	Коливання розміру прибутку залежно від цін	Застаріле обладнання
ЗАГРОЗИ	Інфляція	Розробка стратегії та політики антиінфляційних заходів			Укладання попередніх договорів з постачальниками в яких чітко визначена фіксована ціна		Реалізація інвестиційних проектів з модернізації чи закупівлі нового обладнання
	Зміни в потребах споживача	Постійне та систематичне маркетингове дослідження ринку, потреб споживачів	Збільшення прибутку за рахунок вторинної продукції, яка є відходом від виробництва основної	Страхування	Розробка стратегічного плану формування та використання резервів прибутку		
	Негативні демографічні зміни						
Соціально-політична та економічна нестабільність							
МОЖЛИВОСТІ	Можливість розширення асортименту продукції	Розвиток галузі на основі впровадження нових технологій, підвищення якості продукції, вихід на міжнародні ринки			Одержання додаткового прибутку від реалізації ноу-хау, вивід на ринок конкурентоспроможної продукції		
	Можливість застосування ноу-хау						
	Можливість виходу на іноземні ринки						
	Можливість швидкого розвитку в зв'язку з зростанням попиту						
	Розвиток економіки країни						

Створення всіх вищенаведених умов для ефективного функціонування зернового ринку не можна розглядати як одноразову дію. Це потребує визначеного терміну, протягом якого здійснюється поступове “вростання” ринкових відносин у виробництво, реалізацію і використання зерна і продуктів його переробки.

Україна як і раніше лідер з експорту зерна. За даними Української зернової асоціації (УЗА), експорт ячменю склав 4,13 млн. т (90% від прогнозу), пшениці 15,4 млн. т (90%), кукурудзи – 13,8 млн. т (75%). Обсяг експорту зернових в 2018-2019 маркетинговому році складе 49 млн. т. По зернових Українська зернова асоціація прогнозує збільшення виробництва на 3%, експорту на 6%. 40,6 млн. т – прогнозований обсяг експорту зерна. Урожай пшениці буде на рівні 27 млн. т, що на 0,5 млн. т вище, ніж в поточному маркетинговому році (26,46 млн. т). Обсяг експорту на 1 млн. т вище, ніж в поточному сезоні (18 млн. т проти 17 млн. т). По ячменю спостерігається невелике скорочення посівів, оскільки через затяжну весну аграрії не встигають з термінами посівів. Тому очікуваний обсяг виробництва впаде з 8,6 млн. т до 7,8 млн. т, а експорту з 4,6 млн. т до 4,3 млн. т. Щодо кукурудзи УЗА прогнозує збільшення обсягу на 2,5 млн. т – до 27 млн. т, збільшення експорту на 2 млн. т, до 21 млн. т.

До 2022 року в Україні будуть збирати 100 млн. т зерна, з них близько 70 млн. т – експортувати. Такі дані отримали в УЗА, екстраполювавши показники за попередні 18 років, і припустивши, що нинішня динаміка збережеться. Хоча технологічні досягнення дозволяють нам вирощувати набагато більше: наприклад, в Україні врожайність пшениці трохи більше 4 т/га, кукурудзи – 6 т/га, хоча в світі збирають 11-12 т/га кукурудзи, а є гібриди дають і більше 20 т/га. Практично не розширюючи посівні площі, Україна здатна збільшити збір зернових.

Відмінною рисою прогнозу розвитку аграрного ринку до 2024 р. є присутність України на ключових позиціях практично у всіх сегментах зернових культур поряд з вже традиційними гравцями. У майбутньому очікується збільшення загальної площі сільськогосподарських земель, особливо в країнах зі

значним їх запасом. Наприклад, вже сьогодні для виробництва біоетанолу активно використовується українську сировину, зокрема кукурудзу і олійні культури. Помітно зростає частка України в світовому експорті зерна, яка до 2024 року повинна досягти позначки в мінімум 26 млн. тонн.

Отже, зерновий сектор України є стратегічною галуззю економіки держави, що визначає обсяги, пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, зокрема продуктів переробки зерна і продукції тваринництва, формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій, формує валютні доходи держави за рахунок експорту.

## Висновки

На основі проведеного дослідження можемо зробити такі висновки:

1. Зерновий ринок є важливою складовою агропромислового комплексу, адже визначає продовольчу безпеку держави, є стратегічною галуззю економіки, а від ефективності функціонування структурних елементів ринку зерна залежить розвиток суміжних галузей агропромислового комплексу та експортний потенціал зернової продукції на світовому ринку;

2. Сегментація зернового ринку є ефективним засобом розробки стратегії дій для виробництва при зростанні рівня диверсифікації діяльності фірми, що дає можливість врахувати всі особливості споживачів у певному сегменті і сприяє поглибленому аналізу привабливості кожного з них.

3. Здійснено аналіз стану і оцінки зернового ринку України і виявлено, що галузь має стратегічний потенціал розвитку, експортні можливості, забезпечуючи бюджет країни валютними надходженнями;

4. Виділені внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на структуру ринку зернових. До зовнішніх, зокрема належать, розвиток сучасних технологій, новітня високопродуктивна техніка, розвиток науки тощо. До внутрішніх – нерозвинута інфраструктура, нерозвинута система якісного удобрення ґрунтів, застаріла техніка, недостатня кількість елеваторів та малі портові потужності, що в комплексі погіршують якість зерна;

5. Визначений комплекс дій економічної політики держави для зменшення негативного впливу чинників на ефективне функціонування структурних елементів зернового ринку України. До них, на думку автора, належать: збільшення інвестицій у зернову галузь, сприяння налагодженню взаємозв'язків між виробниками, експортерами та громадськими об'єднаннями, покращення системи кредитування виробників, зміни до законодавчих та правових актів тощо.

## Список використаної літератури

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месея-Веселяка, М.М. Федорова. – К. : ННЦІАЕ, 2012. – 1008 с.
2. Басовский Л. Е. Современный стратегический анализ: Учебник. – М. ИНФРА-М, 2013. – 256 с.
3. Виробництво зернових в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://info-terra.com.ua/proizvodstvo-zernovux-u.html>.
4. «Про зерно та ринок зерна в Україні»: Закон України № 5518-VI (5518-17) від 06.12.2012, зі змін. та допов. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
5. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент / Г.І. Кіндрацька. – [2-ге вид., переробл. і доповн.]. – К. : Знання, 2010. – 406 с.
6. Кондратюк О.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні / О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки – 2012. -№3(129). – 201 с.
7. Кондратюк О.І. Стан і перспективи розвитку зернового підкомплексу в умовах глобалізації / О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 6. – 68 с.
8. Кохана Т. Стратегічний підхід до сегментації ринку / Т. Кохана // Аграрна економіка. – 2013. – Т. 6, № 3-4. – С. 64-69. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae\\_2013\\_6\\_3-4\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2013_6_3-4_14)
9. Кузнецова І.О. Зерновий ринок України: історія створення та тенденції розвитку: Монографія./ І.О. Кузнецова. – Одеса: Поліграф, 2008. – 198 с.
10. Лавринчук О.В. Напрямок розвитку ринку зерна в Україні / О.В. Лавринчук // Економіка АПК. – 2014. – № 9. – 125 с.
11. Лебідь В.М. Сучасний стан ринку зерна України, проблеми та перспективи розвитку / В.М. Лебідь, К.Є. Прищепя. – 2013. - № 1. – 335с.
12. Мировой Атлас Данных [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/topics/Сельское хозяйство>

13. Нікішина О.В. Баланс інтересів: критерій раціональності економічних відносин (на прикладі державного ринку зерна) / О.В. Нікішина // Економіка харчової промисловості. Науковий журнал ОНАХТ. – 2010. – №4(8) – 68 с.

14. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

15. Офіційний портал Інформаційно-аналітичної агенції «АПК-Інформ» АПК online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com>

16. Попит і пропозиція на ринку зерна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://um.co.ua/10/10-6/10-66228.html>

17. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

18. Ринок зернових та олійних: стан та перспективи в Україні та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aaa-agro.com/events/11510.html>

19. Сальман І.Ю. Сучасний стан світового ринку зернових культур та місце України в ньому / І.Ю.Сальман // Інноваційна економіка – 2015.-№4. – 59с.

20. Світові лідери на ринку експорту-імпорту зерна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://universal-trade.in.ua/torgivlia/svitovi-lideri-na-rinku-eksportu-importu-zerna>

21. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/node/7644>

22. Урожай зерновых в Украине в 2018 г. может вырасти до 62 млн тонн – эксперт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uga.ua/meanings/urozhaj-zernovyh-v-ukraine-v-2018-g-mozhet-vyrasti-62-mln-tonn-ekspert/>

23. Grain: World Markets and Trade // United States of Department of Agriculture / Foreign Agricultural Service, FG-04-12, April 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/>

# Додатки



## Додаток А

## Обсяги експорту та імпорту зернових в Україні за 2011-2017 рр.

Роки	Експорт		Імпорт		Сальдо тис. грн.
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	
<b>2011</b>	3617215	5,29	219856	0,27	3397359
<b>2012</b>	7008406	10,2	249133	0,30	6759273
<b>2013</b>	6371326	10,07	306525	0,40	6064801
<b>2014</b>	6558156	12,13	366854	0,70	6191302
<b>2015</b>	6064046	15,89	156071	0,43	5907975
<b>2016</b>	6073909	16,7	148816	0,38	5925093
<b>2017</b>	6501029	15,03	176758	0,36	6324271

## Додаток Б

## Основні показники ринку пшениці в Україні за 2011-2017 рр.

Показники	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Баланс пшениці, тис тонн</b>							
Початкові запаси	2032	4870	1881	3110	4345	2491	2105
Зібрані площі, тис. га	6647	5630	6566	6011	6840	6198	6080
Врожайність, тонн/га	3,23	2,8	3,4	4,0	3,9	4,2	3,5
Виробництво, тонн	21456	15763	22279	24114	26532	26043	26110
Імпорт, тонн	2,2	1,4	1,7	1,9	2,2	3,1	2,3
<b>Загальна пропозиція</b>	<b>23489</b>	<b>20608</b>	<b>24162</b>	<b>27226</b>	<b>30880</b>	<b>28537</b>	<b>32190</b>
Експорт, тонн	5222	6798	9410	10884	16930	17533	18000
Кормове споживання, тонн	5000	4100	4700	4900	4350	3357	4435
Продовольча переробка	5515	5382	4680	4605	4750	3587	3358
Промислове споживання	400	250	200	210	235	210	220
Насіння	1500	1400	1350	1382	1573	1426	1630
Втрати	950	700	712	900	550	320	530
<b>Внутрішній розподіл</b>	<b>13365</b>	<b>11832</b>	<b>11642</b>	<b>11997</b>	<b>11458</b>	<b>8900</b>	<b>10173</b>
Кінцеві запаси	4870	1905	3110	4345	2491	2105	4017
Запаси, % до внутрішнього розподілу	36,4	16,1	26,7	36,2	21,7	23,6	39,5
Втрати, % до пропозиції	4,0	3,4	2,9	3,3	1,8	1,1	1,6

Джерело: Державна служба статистики України

## Додаток В

## Основні показники ринку ячменю в Україні за 2011-2017 рр.

Показники	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Баланс ячменю, тис. тонн</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Початкові запаси	763	850	406	652	690	322	402
Зібрані площі, тис. га	3675	3291	3062	3016	2805	2857	2441
Врожайність, тонн/га	2,3	2,1	2,4	3	3	3,3	3,4
Виробництво, тонн	8382	6928	7353	9048	8288	9429	8520
Імпорт, тонн	38	15	16	13	6	12	10
<b>Загальна пропозиція</b>	<b>9183</b>	<b>7794</b>	<b>7775</b>	<b>9713</b>	<b>8984</b>	<b>9762</b>	<b>8922</b>
Експорт, тонн	2463	2150	2475	4458	4412	5354	4356
Кормове споживання	4000	3700	3457	3300	3110	2832	2818
Продовольча переробка	70	35	40	45	50	64	59
Промислове споживання	700	400	405	420	380	370	350
Насіння	750	700	566	610	590	610	488
Втрати	350	200	180	190	120	130	80
<b>Внутрішній розподіл</b>	<b>5870</b>	<b>5035</b>	<b>4648</b>	<b>4565</b>	<b>4250</b>	<b>4006</b>	<b>3795</b>
Кінцеві залишки	850	608	652	690	322	402	771
Залишки, % до внутрішнього розподілу	14,5	12,1	14	15	7,6	10,0	20,0
Втрати, % до пропозиції	3,8	2,6	2,3	2	1,3	1,3	1,0

*Джерело: Державна служба статистики України*

## Додаток Д

## Основні показники ринку кукурудзи в Україні за 2011-2017 рр.

Показники	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Баланс кукурудзи, тис. тонн</b>							
Початкові запаси	672	1099	686	1500	1599	1226	1617
Зібрані площі, тис. га	3517	4372	4817	4691	4084	4237	4465
Врожайність, тонн/га	6,5	4,8	6,4	6	5,7	6,6	5,4
Виробництво	22838	20961	30862	28497	23328	28074	24110
Імпорт	51	49	54	48	39	30	32
<b>Загальна пропозиція</b>	<b>23409</b>	<b>22109</b>	<b>31602</b>	<b>30044</b>	<b>24966</b>	<b>26900</b>	<b>25759</b>
Експорт	14800	12999	20472	19684	16900	20703	18000
Кормове споживання	5800	6800	7560	7050	5630	5800	5200
Продовольча переробка	220	220	271	241	240	255	245
Промислове споживання	500	500	800	750	510	430	600
Насіння	70	90	200	180	160	175	176
Втрати	920	700	800	540	300	350	500
<b>Внутрішній розподіл</b>	<b>7510</b>	<b>8310</b>	<b>9631</b>	<b>8761</b>	<b>6840</b>	<b>7010</b>	<b>6721</b>
Кінцеві залишки	1099	800	1500	1599	1226	1617	1038
Залишки, % до внутрішнього розподілу	14,6	9,6	15,9	18	17,9	23,0	15,4
Втрати, % до пропозиції	3,9	3,2	2,5	2,0	1,2	1,2	2,0

Джерело: Державна служба статистики України