

УДК 339.13:338.43

О.М. Литвинова, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва
А.І. Литвинов, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка
Т.Ю. Білоусько, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

МАРКЕТИНГ ЗЕРНА: ПРОБЛЕМА РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Статтю присвячено питанням формування і розвитку інфраструктури ринку в системі заходів, спрямованих на підвищення ефективності маркетингу зерна. На основі аналізу поточної ситуації розкрито передумови формування олігополістичного характеру конкуренції у сфері послуг із зберігання зерна. Показано, що це є причиною агресивної цінової політики в даному ринковому сегменті та відповідних втрат сільськогосподарських підприємств – виробників зерна. Також економічний розвиток стримується застарілими підходами в організації ринку зерна, надмірним регуляторним навантаженням, неоднозначними практиками вирішення спірних питань щодо якості зерна та розрахунків за його зберігання та доробку. Розкрито шляхи розв'язання проблеми, зокрема, формування системи моніторингу цін та достовірних кон'юнктурних прогнозів, організація вільного доступу до них всіх учасників ринку зерна, аукціонна система встановлення цін на послуги із зберігання та доробки зерна крупних та середніх операторів, забезпечення захисту майнових інтересів всіх учасників ринку зерна.

Ключові слова: маркетинг зерна, інфраструктура ринку, ринок зерна, агробізнес, дистрибуція, логістика.

Постановка проблеми. Ринок зерна є найголовнішою складовою аграрного ринку в Україні. Зерно формує основу аграрного експорту, а надходження виручки від експорту зерна мають другу позицію в загальній структурі експорту та за своїм обсягом поступаються лише виручці від експорту чорних металів. Проте, не у всіх виробників зерна його реалізація є прибутковою. Успішна робота у сфері маркетингу дозволяє вирішити цю проблему. Ефективний маркетинг вимагає формування такої ринкової інфраструктури, яка забезпечує просування товару від виробника до споживача із максимальною ефективністю. Наявність у цій сфері проблем стримує економічний розвиток сільськогосподарських виробників, не дає

можливості повністю реалізувати їх виробничий потенціал. Ідентифікація та розв'язання проблем, пов'язаних із ринковою інфраструктурою є важливою умовою для підвищення ефективності маркетингу зерна його виробниками, формування їх економічної мотивації для подальшого нарощування обсягів виробництва та експортного потенціалу, тіснішої інтеграції сільськогосподарських виробників до європейської та світової економічних систем. При цьому має бути забезпечений дієвий захист інтересів всіх учасників ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ринку зерна, його розвитку та формування ефективної інфраструктури приділяли свою увагу визнані фахівці економісти: О.В. Нікішина (механізми регулювання) [1], О.В. Олійник (питання циклічності виробництва та необхідності державного регулювання) [2], Л.М. Худолій (питання, пов'язані із економічним механізмом функціонування ринку) [3], І.І. Червен (питання інфраструктури та її ефективності) [4], О.Г. Шпикуляк (питання формування і розвитку ринку) [5], інші. Разом із тим, напрацьовані питання потребують актуалізації, а питання ефективного маркетингу та його зв'язку із формуванням ефективної інфраструктури ринку зерна – більш ретельного опрацювання.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в обґрунтуванні пропозицій щодо формування умов підвищення ефективності маркетингу зерна шляхом удосконалення інфраструктури ринку через заходи, засновані на аналізі поточної ситуації та спрямовані на забезпечення ефективної роботи всіх учасників ринку, захисті їх інтересів.

Виклад основного матеріалу досліджень. Організація ефективної маркетингової роботи, сприятливий клімат для ведення агробізнесу, розвиток інфраструктури ринку та конкуренції між трейдерами є важливими умовами ефективності сільськогосподарських підприємств – виробників зерна. Зміни, що відбуваються в інституційному та маркетинговому середовищах, потребують від підприємств удосконалювати управління своєю маркетинговою діяльністю і, особливо, в сфері маркетингу продукції та її дистрибуції. Прибуткова робота підприємства напряму залежить від того, наскільки управлінська ланка є здатною запобігти втратам вартості в логістичних ланцюжках, на етапі доробки і доведення продукції до необхідних кондицій, недоотриманню доходів внаслідок реалізації власної продукції за заниженими цінами.

Процес дистрибуції зерна сам по собі є доволі складним. Він пов'язаний із торгівлею, зберіганням і транспортуванням та має глибоку специфіку. Так, наприклад, функція зберігання включає в себе операції по доведенню продукції до вигляду придатного для зберігання та покращення її якості. Причому відповідний комплекс робіт може виконувати як

господарство – виробник, так і трейдер. Найчастіше це сушіння, очистка, знезараження (фумігація). Лише після них зерно стає придатним для тривалого зберігання, реалізації, транспортування. А доробка зерна із його доведенням до більш високих кондицій дозволяє отримати більш високу ціну.

Ключовою і найбільш вразливою ланкою зернового ринку є сільськогосподарські товаровиробники. Їх основу, як і раніше, складають сільськогосподарські підприємства, чисельність яких станом на початок 2017 р., за даними Міністерства аграрної політики та продовольства, становила близько 33000 одиниць. І частина з них, особливо дрібні, не в змозі самостійно здійснювати необхідні операції по очищенню, доробці, зберіганню і транспортуванню зерна, адже це потребує відповідного обладнання, матеріально-грошових витрат та праці. Переробні, заготівельні і торговельні підприємства, які надають подібні послуги, перебуваючи у монопольному становищі та агресивно використовуючи свою ринкову позицію, пропонують їх за високими розцінками.

В сегменті, пов'язаному з розподілом продукції (логістика, зберігання, переробка, торгівля) функціонують понад 5000 підприємств. З них 1061 підприємство надає послуги із зберігання зерна, основним видом діяльності для переважної більшості з них є «Складське господарство» (код 52.10 КВЕД 2010). Через це може скластись хибне враження про високу конкуренцію в даному сегменті. Проте, реальна ситуація складається так, що лівова частка інфраструктури контролюється незначною кількістю підприємств. Так, відповідно до рейтингу найбільших компаній України за елеваторними потужностями (за даними 2016 р.) першість належить ПАТ “Державна продовольчо-зернова корпорація України” (3,75 млн т). У ТОП-10 компаній України за елеваторним потужностям увійшли: ПАТ “Державна продовольчо-зернова корпорація України” — 3,75 млн т; UkrLandFarming — 2,66 млн т; «Кернел» — 2,63 млн т; «Нібулон» — 1,78 млн т; «Миронівський Хлібопродукт» — 1,43 млн т; «Прометей» — 0,98 млн т; Bunge — 0,77 млн т; «Держрезерв» — 0,75 млн т; ADM — 0,63 млн т; «Мрія» — 0,6 млн т. [6]. Розміщення великих елеваторів щільно прив'язане до залізничної транспортної мережі. Практично усі хлібоприймальні підприємства розміщені біля вузлових залізничних станцій, що спрощує їм логістику та значно полегшує виконання транспортної функції маркетингу. Що стосується підприємств – виробників зерна, то не всі з них навіть мають шляхи з твердим покриттям, щоб мати можливість доправити збіжжя до ХПП за будь-яких погодних умов.

Отже, хлібоприймальні підприємства за своєю сутністю є монопольними посередниками олігополістичного типу на ринку зерна та зернопродукції. Втім, окрім посередницької функції, ХПП виконують також переробку зерна. На відміну від реалізації та зберігання

безпосереднє виробництво борошна, круп тощо не є високорентабельним. Більш детальну характеристику сфери підприємств, які надають послуги зі зберігання зерна, здійснимо за допомогою таблиці 1. У наведеному в таблиці розподілі суб'єкти зберігання зерна згруповані за категоріями масштабів виробництва («великі», «середні», «малі» та «мікро») відносно наявних потужностей одночасного зберігання, а не вимог законодавства (Господарського кодексу, Закону України “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні”):

1. «Великі» — підприємства, що мають потужності одночасного зберігання понад 50000 т;
2. «Середні» — підприємства з одночасними потужностями зберігання від 5000 до 50000 т;
3. «Малі» — від 500 до 5000 т;
4. «Мікро» — інші суб'єкти.

Категорія «Мікро» переважною більшістю не є елеватором в сучасному розумінні цього слова, а являє собою зерновий склад (одноповерхові приміщення з горизонтальними або похилими підлогами) типовою місткістю (50, 100, 165 або 300 т), при цьому у багатьох з них відсутня механізація. Такі склади використовуються, переважно, для власних виробничих потреб [7].

З даних таблиці 1 бачимо, що із загальної чисельності 1061 підприємства, що надавали послуги зі зберігання 763 підприємства (72 %) – це великі і середні за виробничими потужностями суб'єкти господарювання. У 2016 р. із загальної кількості 59183 тис. т зерна, що зберігалось на договірних засадах, основний його обсяг 58363 тис. т (98,6 %), було зосереджено в зерносховищах саме підприємств зазначеної групи (великих та середніх). І основний обсяг зерна 44881 тис. т (75,8 %) – на великих підприємствах, кількість яких у 2016 р. становила 216 одиниць, або 20,4 % від загальної чисельності. Їх послугами користувалися усього 20 сільськогосподарських товаровиробників, питома вага яких не перевищила 0,1 % від загальної чисельності 32976 підприємств, що отримували послуги зі зберігання зерна.

Так, на відміну від багатьох інших, товаровиробники вказаної групи є потужними, адже мають у своєму розпорядженні великі обсяги продукції, потребу в її зберіганні і можливості оплачувати заявлені послуги. Отже, монопольне положення на ринку послуг зберігання займають окремі суб'єкти ринкової інфраструктури, що відповідним чином знаходить своє відображення в формуванні їх маркетингових політик, зокрема, цінової та у впливі на споживачів та конкурентів і створює підґрунтя для розвитку недобросовісної конкуренції в даному ринковому сегменті.

**Розподіл за розміром суб’єктів господарювання з надання послуг
зі зберігання на зерновому ринку України та обсяг наданих послуг
у 2016 р. [7]**

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Чисельність підприємств-надавачів послуг зі зберігання зерна, од.	216	547	117	181	1061
Питома вага групи у загальній кількості, %	20,4%	51,6%	11,0%	17,1%	100%
Надходження зерна на зберігання, тис. т	44 881	13 482	677	143	59 183
Чисельність споживачів послуг – зерновиробників, од.	20	117	1478	31361	32976
Питома вага групи у загальній кількості, %	0,1%	0,4%	4,5%	95,1%	100%

Разом з цим, у сфері маркетингової діяльності підприємств сфери послуг зберігання зерна існують проблеми, що накопичувались роками і залишилися невирішеними, зокрема застосування застарілих підходів в організації обігу на ринку зерна, надмірне регуляторне навантаження, зростання вартості енергоносіїв та зменшення обсягів інвестицій, проблемами зернової логістики.

Так, аналіз вартості послуг елеваторів, заявлених на сезон 2016/2017 рр. показує, що в зв'язку з ростом вартості енергоносіїв тарифи українських зерносклади зросли на 10 % в порівнянні з попереднім сезоном. Зростають розцінки на основні послуги елеваторів, включаючи сушку, очистку, зберігання, а також відвантаження на автомобільний і залізничний транспорт. В структуру видаткових статей на зерноскладі входять амортизація обладнання, енергоносії, фонд заробітної плати, сертифікація, послуги сторонніх організацій і т. ін. Серед них найбільш витратними є енергоносії та фонд оплати праці. На газ/електрику припадає більше третини витрат (понад 40%), ще третину становить фонд оплати праці.

В Україні тарифи елеваторів мають постійну тенденцію до зростання. Однак в минулому сезоні 2015/16 фактор зростання витрат на підробіток зерна був дещо знівельований за рахунок посушливих погодних умов влітку-восени 2015 р. та низьких показників вологості зерна, внаслідок чого необхідність в сушінні кукурудзи різко знизилася [8].

Так, нестабільна ситуація на зерновому ринку та висока вартість послуг хлібоприймальних підприємств, елеваторів та інших суб'єктів, а також недовіра до якості послуг, що надаються, не спонукає до формування довготривалих стабільних господарських взаємовідносин між учасниками зернового ринку і призводить до недоотримання прибутків усіма суб'єктами.

На вирішення зазначених нами питань сфери обігу на ринку зерна та низки інших, спрямований проект Наказу Міністерства аграрної політики та продовольства «Про затвердження Інструкції ведення кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки на зернових складах та зернопереробних підприємствах» [7, 9]. Дія цього акту поширюватиметься на всіх суб'єктів зернового ринку: виробників, експортерів зерна та продуктів його переробки, зернові склади, зернопереробні підприємства. Виписані в проекті наказу норми встановлюватимуть правила та підходи у взаємовідносинах суб'єктів ринку зерна на наступних етапах: заготівля зерна на зберігання; технологічні процеси (очистка, сушка); формування партій на зберігання; формування партій зерна на експорт; відвантаження; списання втрат при зберіганні та зачистці вибулих партій зерна та продуктів його переробки. Проектом наказу передбачаються зміни, які дозволять створити нормативні та організаційні передумови функціонування ринку зерна, спрямовані на збалансування та захист інтересів різних суб'єктів зернового ринку, удосконалення умов прийому і відвантаження зерна на елеваторах, зокрема на експорт, встановлення єдиних правил оформлення операцій із зерном на хлібоприймальних підприємствах, загальних правил вирішення спірних питань щодо якості зерна та проведених розрахунків.

Висновки. Відсутність необхідних умов для розвитку добросовісної конкуренції на ринку зерна, зокрема дієвих механізмів ринкової конкуренції та прозорості в просуванні продукції, створили ситуацію, за якої заготівельні організації та трейдери, використовують свою потужну ринкову позицію для отримання додаткових прибутків, перерозподіляючи за допомогою механізмів олігополістичної конкуренції на свою користь частину вартості, створеної підприємствами – виробниками зерна. Такий стан речей негативно впливає на економічну мотивацію виробників, стримує нарощування їх ефективності, обсягів виробництва та експорту. Зважаючи на місце зерна в структурі експорту, це є проблемою національного значення.

Шлях до розв'язання зазначеної вище проблеми знаходиться в площині розбудови системи ефективного моніторингу та достовірних кон'юнктурних прогнозів, організації вільного доступу до них операторів та інших учасників ринку, запровадження аукціонної системи

встановлення цін на послуги із зберігання та доробки зерна середніми та крупними операторами.

Запорукою успіху в цій, без перебільшення, складній справі є впровадження дієвих заходів із забезпечення реального захисту майнових інтересів усіх учасників зернового ринку, а не лише його найбільш потужних операторів.

Бібліографічний список: *. Нікішина О.В. Механізми регулювання інтегрованого зернового ринку. – Одеса: ППРЕД НАНУ, 2014. – 449 с. 2. Олійник О. Проблеми стабілізації зернового ринку в Україні // Економіка України. – 2004. – № 6. – С. 57-63. 3. Худолій Л.М. Економічний механізм формування та функціонування ринку зерна в Україні. – К.: б.в., 1998. – 211 с. 4. Розвиток та підвищення ефективності регіонального ринку аграрної продукції / Червен І.І. та ін. – Миколаїв: б.в., 2008. – 231 с. 5. Формування і розвиток ринку зерна в Україні / Шпикуляк О.Г. та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008.- 190 с. 6. Рейтинг найбільших компаній України за елеваторними потужностями. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/rejting-najbilsih-kompanij-ukraini-za-elevatornimi-potuznostami> 7. Аналіз регуляторного впливу до проекту наказу «Про затвердження Інструкції ведення кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки на зернових складах та зернопереробних підприємствах» – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/uk/regulatory?nid=24629&add=ria> 8. Тарифи українських зерносклощ зросли на 10% // Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/tarifi-ukrainskih-zernoshovis-zrosli-na-10>. 9. Про затвердження Інструкції ведення кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки на зернових складах та зернопереробних підприємствах: проект наказу // <http://www.minagro.gov.ua/uk/regulatory?nid=24629>

Литвинова Е.Н., Литвинов А.И., Белоусько Т.Ю. Маркетинг зерна: проблема рыночной инфраструктуры. Стаття посвящена вопросам формирования и развития инфраструктуры рынка в системе мероприятий, направленных на повышение эффективности маркетинга зерна. На основе анализа текущей ситуации раскрыты предпосылки для формирования олигополистического характера конкуренции в сфере услуг по хранению зерна. Показано, что это является причиной агрессивной ценовой политики в данном сегменте рынка и соответствующих потерь сельскохозяйственных предприятий – производителей зерна. Также экономическое развитие сдерживается застарелыми подходами в организации рынка зерна, чрезмерной регуляторной нагрузкой,

неоднозначними практиками рішення спорних вопросов по качеству зерна и расчетов за его хранение и доработку. Раскрыты пути решения проблемы, в частности, формирование системы мониторинга цен и достоверных конъюнктурных прогнозов, организация свободного доступа к ним всех участников рынка зерна, аукционная система установления цен на услуги по хранению и доработке зерна крупными и средними операторами, обеспечение защиты имущественных прав всех участников рынка зерна.

Ключевые слова: маркетинг зерна, инфраструктура рынка, рынок зерна, агробизнес, дистрибуция, логистика.

Litvinova O.M., Litvinov A.I., Bilousko T.Y. Grain marketing: the market infrastructure problem. The article is devoted to the issues of forming and developing the grain market infrastructure in the system of actions aimed to improving the efficiency of the grain market. The preconditions for shaping the oligopoly character of competition in the sphere of grain storage and conditioning services were revealed on the grounds of the current situation analysis. It was shown that such process provokes aggressive market behavior and corresponding pricing policies aimed on grain producers and causes them financial losses. Economic development also is hindered by too conservative approaches in grain market organization, excessive legislative regulations, misleading practices of resolution disputes concerning the quality of grain and payments for the grain storage and conditioning. Meantime organizing marketing activities in an efficient fashion, development of the market infrastructure, ensuring the competitiveness among grain traders are the important conditions of grain producers efficiency. Ongoing transformations in institutional and marketing environments demand from agricultural enterprises to improve the management of their marketing activities and particularly in the domains of marketing and distribution of grain. Profitability of grain producing agricultural enterprise is highly influenced by capabilities of the managerial staff to secure the loss of the value in logistic chains, on the stage of conditioning of grain, loss of income due to underestimated prices. The ways to solve the problem have been revealed. Among them are forming the price monitoring and market conditions forecasting system, securing free access to such data for all market subjects, auction system of pricing for grain storage and conditioning services of big and medium operators, securing the property interests for all grain market subjects.

Key words: grain marketing, market infrastructure, grain market, agribusiness, distribution, logistics.

Стаття надійшла до редакції: 19.09.2017 р.