

УДК: 338.433 (477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*С.І. Чеботар, кандидат економічних наук
М.О. Балацька, магістр*

Проведено маркетингове дослідження потенціалу виробництва зерна в контексті досягнення продовольчої безпеки України. Визначено оцінку сучасного стану зернового ринку України та його основні тенденції розвитку. Запропоновано шляхи розвитку зернового сектору України щодо досягнення найвищої прибутковості та рентабельності аграрних господарств.

Конкурентоспроможність, прибутковість, продовольча безпека.

Сучасний етап розвитку зернового ринку України характеризується посиленням конкурентної боротьби між суб'єктами підприємницької діяльності в регіоні, країні та на міжнародному рівні. Запорукою успіху за таких умов є ринкова орієнтація виробництва агропродовольчої продукції на засадах маркетингу. З цього погляду, актуальність роботи полягає в дослідженні та оцінці сучасного стану зернового ринку України й визначенні його основних тенденцій розвитку у 2008–2012 роках. Це дає змогу суб'єктам підприємницької діяльності не тільки бути достатньо обізнаними у сфері аграрного виробництва, але й спиратися на розроблені заходи щодо підвищення ефективності виробництва і збуту зернових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема динаміки та розвитку зернового ринку України вирізняється багатогранністю складових її аспектів та їх багаторівневим характером. Свідченням цього є наукові публікації В. Г. Андрійчука, П. Т. Саблука, О. В. Білика, В. П. Галушка та інших. Наукові праці цих дослідників дозволили узагальнити теоретико-методологічні та прикладні засади становлення й розвитку агропродовольчого ринку України. Однак, у сучасних умовах розвитку економіки тенденції розвитку зернового ринку України швидко змінюються, що й зумовило необхідність проведення даного дослідження.

Мета дослідження – аналіз існуючого стану господарської діяльності щодо виробництва зерна на сільськогосподарських підприємствах України та визначення обсягів вирощування зернових із врахуванням необхідності забезпечення продовольчої безпеки країни.

Виклад основного матеріалу. Економічна криза останніх років суттєво позначилася майже на всіх секторах економіки України, окрім агробізнесу. Україна володіє великими площами орних сільськогосподарських

земель з високими родючими властивостями, які займають більше половини території країни. Сфера аграрного бізнесу охоплює три четверти території України, на якій проживає третина населення і формує майже 60 % фонду споживання, створюючи 17 % ВВП [2, с. 22–24]. З'ясування сутності та розв'язання проблем економічної безпеки країни додало ще більшої ваги зазначеним проблемам. Тому державне регулювання залишається одним із найважливіших факторів розвитку аграрного бізнесу в Україні. Незважаючи на задекларований ще кілька років тому перехід на інноваційний шлях розвитку, активність підприємств залишається низькою. Відсутність прогресу в освоєнні та впровадженні новітніх технологій заважали підвищенню конкурентоспроможності промисловості, що певною мірою спричинило глибоку структурну кризу та падіння аграрного виробництва.

Ступінь спрацювання основних засобів виробництва перевищив 60%, на транспорті – 84%, що є основним чинником депресивного стану економіки [4]. Сільське господарство є одним із найприбутковіших видів діяльності в Україні, якщо не враховувати високі ризики аграрного бізнесу. Основу галузей рослинництва України формують зернові культури, посіви яких у 2010 році зайняли 57 % від усієї посівної площі країни [2, с. 22–24]. За останні роки середній об'єм виробництва зерна в Україні досяг 50 млн т, що у вартісному виразі становить близько 80 млрд грн.

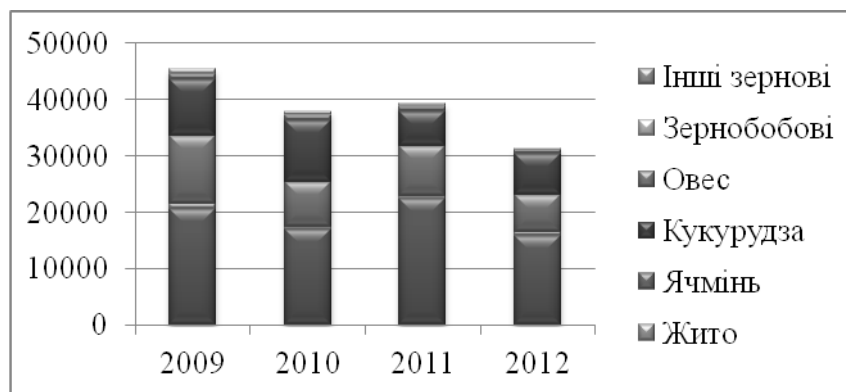


Рис. 1. Валовий збір зернових культур в Україні в 2009–2012 рр., тис. т*

*Джерело: статистичний щорічник України за 2009–2012 рр. Дані Державної служби статистики України [5].

За обсягами виробництва зернових культур 2011 рік став рекордним для України. Зокрема, було зібрано 56,7 млн т зерна, що є істотно вищим за показники минулих років. Перш за все, такого високого показника по виробництву зернових вдалося досягти за рахунок підвищення виробництва кукурудзи до 22,8 млн т, що майже вдвічі більше, ніж у 2010 році. З наведеного вище графіку (рис. 1) видно, що виробництво пшениці досягло 22,3 млн т, що також є вищим від середнього показника минулих

років. Вирощування ячменю знижується у зв'язку зі зменшенням площ, за рахунок низької прибутковості даної культури. Щорічно внутрішній ринок України споживає близько 26 млн т зерна: 12 млн т пшениці, 6 млн т ячменю, 6 млн т кукурудзи, до 2 млн т – інших зернових культур. Виходячи з цього, формується експортний потенціал, який досягає 25 млн т [3, с. 52–54]. Незважаючи на рекордний урожай зерна в 2011/12 маркетингових роках, повністю реалізувати експортний потенціал у зазначеному періоді не вдалося, оскільки діючі експортні мита суттєво вплинули на темпи відвантаження продукції ще на початку сезону.

Сільське господарство, зокрема рослинництво, є сировинною базою для промисловості, що, у свою чергу, забезпечує населення продуктами харчування. Серед галузей сільського господарства рослинництво займає провідні позиції, порівняно з тваринництвом, та має вищий рівень рентабельності, який коливається в діапазоні 10–30%. Основними факторами конкурентоспроможності рослинництва в Україні є родючі чорноземи, помірний континентальний клімат, низький рівень заробітних плат, наявність морських торгових портів. Розглядаючи ефективність вирощування окремих сільськогосподарських культур, можна сказати, що Україна збільшує виробництво зернових і олійних культур та займає провідні місця в списку основних експортерів зерна, ріпака, соняшникової олії та насіння соняшнику (рис. 2).

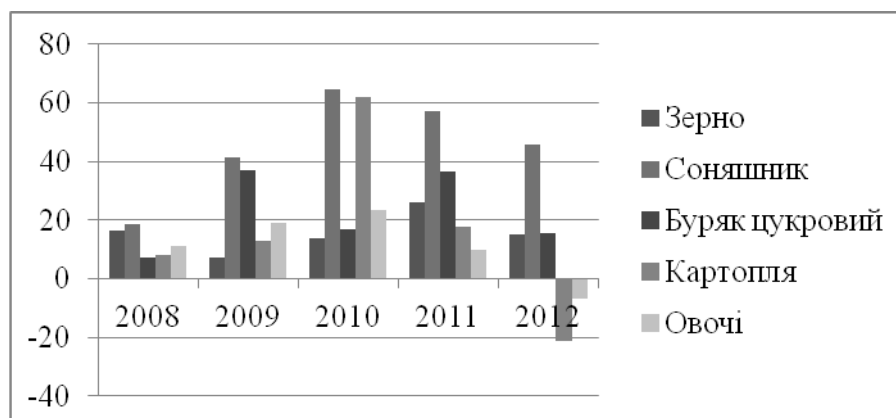


Рис. 2. Прибутковість продукції рослинництва на сільськогосподарських підприємствах України, %*

*Джерело: статистичний щорічник України за 2008–2012 рр. Дані Державної служби статистики України [5].

Аналізуючи прибутковість продукції рослинництва, потрібно відзначити, що рекордні показники прибутковості останніми роками демонструє соняшник. Рівень рентабельності ріпаку також є доволі високим і більш стабільним порівняно з ним. Ефективність виробництва зернових культур деякою мірою нижча, ніж олійних, але в середньому рентабельність зернових знаходиться на достатньому рівні для стимулювання збільшення їх

виробництва. Дослідження економістів-аграріїв сходяться на тому, що в Україні спостерігається суттєве зростання продуктивності у виробництві зерна. Зокрема, урожайність кукурудзи за останні сім років зросла в середньому на 3,2 ц/га (або на 7 %) [3, с. 52–54]. Це, перш за все, зумовлено широким використанням високопродуктивних гібридів, покращенням системи добрив та вдосконаленням контролю бур'янів. По пшениці та ячменю збільшення врожайності було нижчим – близько 3 % щороку.

Останнім часом дещо підвищилася загальна потужність зернового ринку за рахунок збільшення зовнішнього споживання, але ця тенденція має нечіткий характер. Загалом невисока потужність зернового ринку країни вказує на недостатні обсяги внутрішнього споживання, експорту та необхідного залучення фінансових ресурсів з метою підвищення врожайності та нарощування валових зборів. Порівняно невисока кількість населення України та існуюча тенденція до його зменшення обмежують обсяги внутрішнього споживання зерна на продовольчі потреби та позбавляють аграріїв економічного стимулу збільшення виробництва.

Сучасний розвиток внутрішнього агропродовольчого ринку України залежить від багатьох чинників, які визначають його потенційну ємність, виходячи з раціональних норм харчування населення. За оцінками вчених, ємність внутрішнього агропродовольчого ринку у 2009 р. оцінюється в межах 302303 млрд грн, а потенційна межа його ємності могла становити 450–460 млрд грн [6]. Обмеженість ємності внутрішнього ринку пов'язана, перш за все, з низькою платоспроможністю населення та високим рівнем затратності вітчизняного сільськогосподарського виробництва, що є першопричинами існуючих дисбалансів у структурі виробництва окремих видів агропродовольчої продукції, цінових диспропорцій, наявності значних соціальних проблем на селі та ін.

Шляхами вирішення зазначених проблем може бути більш активне застосування маркетингового інструментарію як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Елементами маркетингової діяльності, які доцільно застосовувати в зерновому секторі, є маркетингові дослідження, визначення стратегій якості зернової продукції, маркетингова цінова політика, управління збутом на основі маркетингу. При цьому, маркетингові дослідження є одночасно каналом комунікації між підприємствами АПК та зовнішнім середовищем ринку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, для розвитку зернового сектору країни та забезпечення його конкурентоспроможності необхідно нарощувати обсяги експорту зерна, які не залежать від кількості населення. Аналіз балансів зерна вказує на те, що обсяги виробництва зернових повністю забезпечують потреби внутрішнього ринку України. Протягом останніх десяти років внутрішній попит на зернові культури потребував близько 75% від загального виробництва, за винятком вкрай неврожайного 2003 р., коли внутрішнє виробництво виявилось не-

спроможним забезпечити потреби країни в зерні. Після таких подій Україна поступово стала на шлях експортноорієнтованої країни і в 2005–2006 рр. експортувала майже 33% від усіх вироблених зернових. Суттєвих змін у продовольчому балансі зернових культур протягом 2008–2012 рр. не відбулося, за винятком підвищення частки зовнішнього споживання. Україна у 2008 р. поставила на зовнішні ринки рекордний обсяг зерна, що дозволило їй увійти до трійки найбільших світових зернових експортерів після США та Європейського Союзу з часткою на світовому ринку, що перевищує 10%.

Найбільший попит на зовнішніх ринках мала українська пшениця, експортні постачання якої становили 12,6 млн т. На другому місці – ячмінь (6,3 млн т), на третьому – кукурудза (5,5 млн т). Маркетингові дослідження в аграрному секторі є каналом комунікації між підприємствами АПК та зовнішнім середовищем ринку. В такому аспекті маркетингові дослідження представляються дослідницькою діяльністю, спрямованою на задоволення інформаційно-аналітичних потреб аграрного маркетингу.

Список літератури

1. Саблук П.Т. Проблеми забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С. 19–37.
2. Ведення аграрного бізнесу в Україні : періодичне видання Асоціації "Український клуб аграрного бізнесу". – 2011. – 64 с.
3. Ведення аграрного бізнесу в Україні : періодичне видання Асоціації "Український клуб аграрного бізнесу". – 2012. – 81 с.
4. Доповідь Першого віце-прем'єр-міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України Андрія Ключєва на засіданні Кабінету Міністрів 2 лютого 2011 року
5. Виробництво основних сільськогосподарських культур [Електронний ресурс] : за даними Державної служби статистики України // Державна служба статистики України 2008–2012. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Аналіз та стратегії аграрного ринку [Електронний ресурс] за даними щомісячного аналітичного видання ОДА-Україна, Лютий 2012. – Режим доступу до журналу : <http://oda-ukraine.com.ua/>

Проведено маркетингове дослідження потенціала виробництва зерна в контексті досягнення продовольственої безпеки України. Визначено оцінку сучасного стану зернового ринку України та основні тенденції його розвитку. Представлено шляхи розвитку зернового сектора України на шляху досягнення високої доходності та рентабельності аграрних господарств.

Конкурентоспособность, прибыльность, продовольственная безопасность.

A marketing research on potential grain production in the context of achieving food security in Ukraine has been conducted. The grade of current state of the grain market of Ukraine has been determined and its main development trends. The ways of the grain's sector development in Ukraine have been offered for achieve the highest yield and profitability of agricultural enterprises.

Competitiveness, profitability, food safety.