

УДК 631.15:063.68

*Серських Н.С., к. е. н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
nserskykh@gmail.com*

## **НАПРЯМИ ЗАХИСТУ ЗЕРНОВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

***Анотація.** Визначено сучасні зміни на ринку зерна в умовах глобалізації та їх вплив на підприємства зернової галузі в Україні. Проаналізовано питому вагу фермерських господарств у виробництві основних зернових культур у Запорізькій області та структуру реалізації зернових за каналами. Досліджено основні проблеми та тенденції формування системи зернового маркетингу. Обґрунтовані основні напрями захисту інтересів дрібних товаровиробників.*

***Ключові слова:** аграрний маркетинг, зерновий маркетинг, фермерські господарства, глобалізація економіки, збутові канали.*

**JEL code classification: M11**

*N.S. Serskykh, PhD in economics,  
Associate Professor of  
Marketing Department  
Tavria State Agritechnological University  
nserskykh@gmail.com*

## **THE WAYS OF PROTECTION OF GRAIN PRODUCERS IN THE ECONOMY'S GLOBALIZATION CONDITIONS**

***Summary.** The modern changes in the grain market in the globalization's conditions and their influence on the enterprises of the grain industry in Ukraine are determined. Part of farms production of basic grain crops in the Zaporizhzhya region and the structure of grain sales through the channels analyzed. The main problems and tendencies of grain marketing system investigated. Commodity producers in Ukraine are under influence series of significant changes, directly related to globalization. The purpose of the paper is to identify the priority ways of protection of small agrarian producers in the globalization's conditions. Nowadays, the farm sector with other agricultural enterprises is the main producers of agricultural production in the Ukraine. At our point, the proper organization of work of farms will increase competitiveness of national agrarian economy, reduce the level of monopolization, and solve food problems. Today Ukrainian grain producers mostly sell their grain to intermediaries companies directly from fields, and it is the national trend. Unfortunately, the main players in the grain market are agro holdings, not small producers - the obvious result of the globalization of economy. Today the important task for farmers is to create a effective system of grain marketing. It was determined, that the main directions for protecting the interests of small producers in the grain market should become: an increase in the size of farms for formation of them large batches of grain through the introduction of a cooperative concept; development timely payments for purchased farm products; improvement of the system of taxation of farms; lending to farmers on preferential terms on property pledges and future harvest; stimulation of farming cooperation; development of the informational support system of farmers through the Extension services.*

***Key words:** agrarian marketing, grain marketing, farms, globalization of economy, sales channels.*

**Постановка проблеми.** Глобалізація процесів в сучасній економіці, на нашу думку, впливає на інтеграцію ринків, що призводить до збільшення взаємопов'язаності та взаємовпливу національних еко-

номік різних країн. Це стосується майже всіх типів ринків, зокрема, товарних. Товаровиробники в Україні, як великі, так і дрібні останніми роками все частіше падають під вплив низки суттєвих змін,

безпосередньо пов'язаних із глобалізацією. Вступ до СОТ, процеси євроінтеграції, освоєння зон вільної торгівлі потребують від вітчизняних сільгосп підприємств переосмислення підходів до ведення бізнесу, освоєння нових технологій збуту тощо. Найпотужніший вплив зазначених процесів відчувають на собі дрібні товаровиробники, зокрема, фермери.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам захисту дрібних товаровиробників, зокрема фермерських господарств, присвячували свої наукові праці вітчизняні вчені, серед яких Березівський П.С., Липчук В.В., Лобас М.Г., Махортов Ю.О., Шульський М.Г. та ін. Основна увага в роботах цих авторів приділялась процесу становлення фермерських господарств, здійсненню їх виробничої діяльності. Що стосується проблеми збуту виробленої продукції, то їй, на нашу думку, приділялось недостатньо уваги з боку вчених-економістів. Зараз найактуальнішим є глибоке дослідження збутової та маркетингової діяльності фермерських господарств та визначення нових орієнтирів для вирішення проблем, пов'язаних зі збутом виробленої продукції.

**Формулювання цілей дослідження.** Основною метою статті є визначення пріоритетних напрямів захисту дрібних товаровиробників в умовах глобалізації аграрного ринку. Для досягнення зазначеної мети сформульовано наступні завдання:

- дослідити глобальні зміни, що відбулись у зерновому секторі з початку незалежності України;
- проаналізувати вклад фермерських господарств у виробництво основних зернових культур в Запорізькій області та структуру реалізації виробленої продукції;
- розглянути систему зернового маркетингу фермерських господарств у сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Зерно та ринок зерна за своїм стратегічним, соціально-економічним значенням, обсягами виробництва та товарообігу багато в чому визначають вирішення певного спектру питань не тільки галузевого характеру, але й ефективності функціонування ринку в цілому, забезпечення продовольчої безпе-

ки країни. Ціни на зерно слугують своєрідним індикатором та, в значній мірі, формують рівень цін на продукцію інших галузей економіки, пов'язаних із зерновим господарством; торкаються міжгалузевих відносин, міжрегіональних та міждержавних продовольчих зв'язків.

Україна є одним з найбільших виробників та експортерів зерна в Європі, показники урожаїв зернових в нашій країні останніми роками складають від 50 до 60 млн. тон щорічно. З них перше місце займає пшениця – близько 26 млн. тон, кукурудза на зерно – майже 26 млн. тон та ячмінь, виробництво якого постійно зростає за рахунок збільшення розмірів посівних площ [6]. Але не весь цей обсяг є товарним зерном і підлягає реалізації. Як свідчить статистика, реалізація (товарність) зернових культур коливається в межах 40-50%. Тому перед Урядом країни стоїть завдання не тільки з ефективного використання та збільшення потенціалу зернової галузі, але й підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

У процесі дослідження окреслено основні зміни, які відбулись у зерновому секторі України в 1991-2015 рр., а саме:

1. Введення приватної власності на сільськогосподарські землі внаслідок проведення земельної реформи. В результаті основна частина сільськогосподарської продукції виробляється на приватних землях.

2. Значне скорочення ролі держави на всіх етапах виробництва, переробки, зберігання і реалізації зерна. Відповідно, роль приватного капіталу неухильно зростає, як на регіональних та національному рівнях.

3. Перехід до приватної власності значної частки інфраструктури зернового ринку (елеватори, сховища, переробні підприємства тощо). Так, банкрутство найпотужнішої організації ДАК «Хліб України» в період з 2010 по 2014 рр., призвело до відчуження майна майже 90 елеваторів, зерносховищ та КХП [10]. З 90 підприємств Державного агентства резерву на сьогоднішній день залишилося 10.

4. Суттєві зміни в розвитку експортної інфраструктури зернової галузі, що відбулись у результаті залучення приватного

капіталу міжнародних трейдерів, які зайняли відносно стабільні позиції на світовому ринку з українським зерном. Серед найпотужніших гравців на зерновому ринку можна відзначити «Кернел» (близько 400 млн. га), «NCH Capital» (близько 400 млн. га), «Мрія Агрохолдинг» (біля 300 млн. га та елеваторні потужності понад 1000 тис. т), «Нібулон» – один з найбільших експортерів зерна в Україні.

5. Вступ України до СОТ та початок торгів українським зерном на Чикагській товарній біржі (2012 р), призвели до значних перетворень та перегляду нормативних і контролюючих актів, особливо у сфері контролю і оцінки сільськогосподарської продукції, відповідно до вимог цієї організації.

6. Поступова зміна психології учасників зернового ринку, які відтепер стикаються з новими видами сільськогосподарських ризиків та виключно самі відповідають за свої управлінські рішення, що спонукає їх шукати нові, інноваційні підходи до виробництва і реалізації зерна, одним з яких є зерновий маркетинг.

Фермерству, як новому явищу у соціально-економічному житті країни, відводиться важлива роль у відродженні підприємництва та комерційної сільськогосподарської діяльності на селі. В наш час фермерський сектор разом з іншими сільськогосподарськими підприємствами є головним виробником сільськогосподарської продукції в Україні. Наприклад, частка виробленої продукції рослинництва фермерськими господарствами Запорізької області у 2015 році в середньому склала 26,2 % [13, с.6]. Належна організація роботи фермерських господарств дозволить збільшити конкурентоздатність національної аграрної економіки, знизити рівень монополізації та вирішити продовольчі проблеми за

рахунок збільшення виробництва валової продукції та насичення внутрішнього ринку вітчизняними продуктами харчування. В основі цієї роботи повинна лежати маркетингова орієнтація збуту виробленої продукції фермерських господарств, зокрема з зерновою спеціалізацією.

Як зазначав І.М. Андрошук, «...аграрний маркетинг, який є системою управління діяльністю на аграрному ринку, регулювання ринкових процесів та вивчення даного ринку, не тільки на мікрорівні підприємств, але й на державному макрорівні, є спроможним запропонувати механізми взаємовигідного обміну між різними суб'єктами ринку, створити умови для виявлення потреб споживачів та визначення можливостей їх задоволення» [2]. На нашу думку, головними напрямками захисту інтересів зерновиробників є кооперація та організація ефективного інформаційно-консультаційного середовища в системі зернового маркетингу для малих форм підприємницької діяльності.

Запорізька область посідає шосте місце за кількістю фермерських господарств (кількість їх дорівнює 2305 станом на 01.11.2015 р.), їх частка у виробництві зернових є досить вагомою і складає близько 20% (табл.1).

Згідно даних таблиці 1, обсяги виробництва основних видів зернових культур, як цілком по області, так і в фермерських господарствах, мають сталу тенденцію до збільшення. Це обумовлюється як збільшенням розмірів ріллі у користуванні фермерів, так і освоєнням нових технологій вирощування культур. Виключенням став 2012 рік, коли валові збори зернових в Україні суттєво зменшились у зв'язку з несприятливими погодними умовами.

Таблиця 1

**Динаміка виробництва основних зернових культур в Запорізькій області,  
тис.ц**

	2011	2012	2013	2014	2015	2015 р. у % до 2014 р.
Господарства усіх категорій						
Зернові та зернобобові культури	16925,3	11963,2	21109,7	24175,9	27869,6	115,3
у тому числі пшениця	14580,7	7146,8	14807,0	16963,1	15929,8	93,9
ячмінь	4937,8	3279,3	3953,7	5093,3	2750,0	53,9
кукурудза на зерно	1656,7	845,6	1741,8	1306,7	928,9	71,1
Фермерські господарства						
Зернові та зернобобові культури	3693,0	1673,8	3645,5	4394,9	4952,3	112,7
у т.ч пшениця	2376,1	1045,7	2476,6	3055,1	3681,6	120,5
Ячмінь	820,1	414,5	618,3	905,9	789,5	87,2
Кукурудза на зерно	370,8	102,1	419,5	266,3	250,9	84,2

*Джерело:* розраховано на основі даних статистичних бюлетенів за 2011-2016 рр Державної служби статистики

Частка фермерських господарств у виробництві пшениці в Запорізькій області в 2015 році склала 23%, у виробництві ячменю – 28,7%, кукурудзи на зерно – 27%, що

перевищує показники 2014 року відповідно, на 5%, 10,9 та 6,6%. В основному, збільшення відбулось за рахунок розширення посівних площ (рис.1).

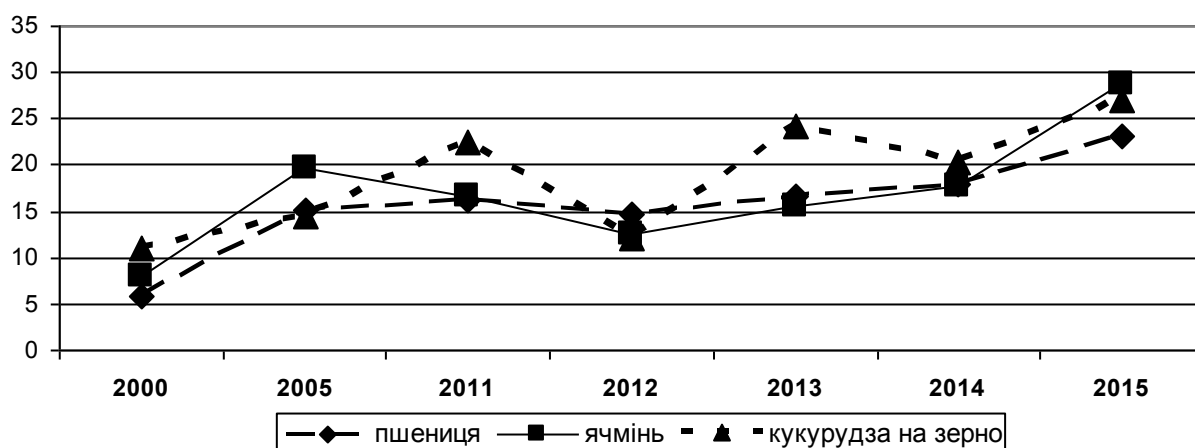


Рис. 1. Питома вага фермерських господарств у виробництві основних зернових культур сільгоспідприємств (%)

*Джерело:* розраховано на основі даних статистичних бюлетенів за 2011-2016 рр Державної служби статистики

Середня урожайність зернових у фермерських господарствах завжди нижча, ніж в інших категоріях господарств. Проблема невисокої урожайності зернових у

фермерських господарствах пов'язана, в першу чергу, з нестачею зернозбиральної техніки, недостатніми можливостями швидкого реагування фермерів на зміну пого-

дних умов, нестачі коштів на нові сорти та види добрив, брак об'єктивної інформації про наукові досягнення в галузі рослинництва та неможливість їх впровадження через високу вартість, тощо. Тим не менше, спостерігається чітка тенденція до зростання показників урожайності зернових культур у фермерських господарствах, що дозволяє зробити висновок про доцільність розвитку фермерства в Запорізькій області.

Слід зауважити, що в 2015 році цей показник досяг рівня інших категорій СГП і склав 28,3 ц/га.

Сьогодні більшість зерновиробників надають перевагу реалізації зернових торгово-закупівельним компаніям та посередникам, або переробці на давальницьких умовах і ситуація в Запорізькій області мало відрізняється від загальнонаціональної тенденції (рис.2).

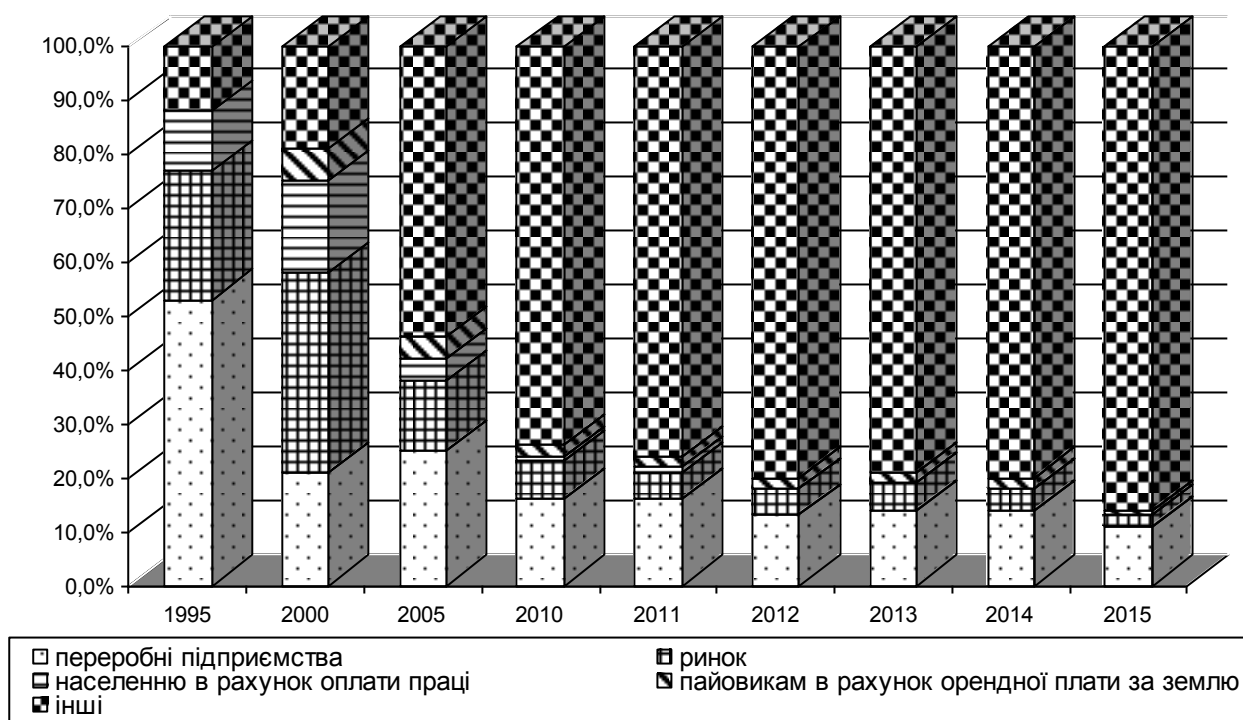


Рис. 2. Структура каналів реалізації зернових, %

*Джерело: Держкомстат України*

У процесі переходу від планової економіки радянських часів до ринкових відносин, концепція реалізації зерна аграріями зазнала значних змін. Якщо у 1990 році понад 80% реалізованого селянами зерна надходило на переробні підприємства, то в 2015 році доля переробних підприємств у структурі реалізації зернових скоротилась до 11% (відсотки до загальної вартості реалізації). Протягом ряду років спостерігається скорочення обсягів реалізації зернових культур переробним підприємствам, на ринку, населенню в рахунок оплати

праці й збільшення продажу зерна через інші канали. Так звані «інші канали» та їх питома вага в структурі реалізації зернових наочно демонструють непрозорість зернового ринку, відсутність стабільних механізмів формування ціни, слабкі можливості державних каналів закупівлі зерна тощо.

Згідно наших досліджень, система зернового маркетингу для переважної більшості фермерських господарств в наш час виглядає наступним чином (рис. 1).

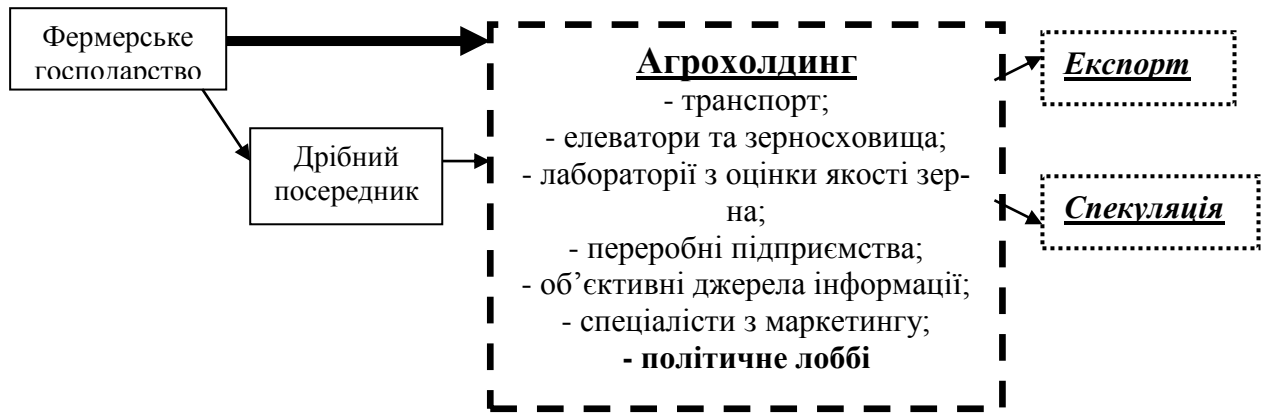


Рис. 2. Система зернового маркетингу фермерських господарств – реальний погляд

*Джерело: авторська розробка*

На жаль, в сучасних умовах головними гравцями на ринку зерна країни є агрохолдинги, як наочний результат глобалізації економіки. Можливо, на рівні країни, агрохолдинги мають важливе значення, зокрема, з точки зору забезпечення продовольчої безпеки. Але з огляду на те, що їх власниками є вертикально інтегровані транснаціональні корпорації та відомі бізнесмени, які мають неабиякий вплив на політичне життя України, стає зрозумілим, що агрохолдинги – це найприбутковіший «мега-бізнес», в якому інтереси його власників важливіші за інтереси дрібних товаровиробників. Отже, важливою задачею сьогодні є створення такої системи зернового маркетингу, в якій місце фермера – зерновиробника було б ключовим, упершу чергу, для протистояння агрохолдингам, у другу – з метою формування прозорого ринку зерна в нашій країні.

**Висновки.** На основі дослідження визначено, що основними напрямками захисту інтересів дрібних виробників на ринку зерна мають стати наступні:

- збільшення розмірів фермерських гос-

подарств та формування ними великих партій зерна за рахунок впровадження кооперативної концепції розвитку;

- забезпечення фермерських господарств державною підтримкою у придбанні матеріальних ресурсів, та будівництві доріг, а також мереж водо- та електропостачання;

- своєчасних розрахунків за придбану продукцію фермерських господарств з боку держави;

- удосконалення системи оподаткування фермерських господарств;

- кредитування фермерів на пільгових умовах під заставу майна та майбутній урожай.

- стимулювання фермерської кооперації, в першу чергу, у зберіганні та збуті виробленої продукції;

- розвиток системи інформаційного забезпечення фермерів за рахунок удосконалення роботи сільськогосподарських дорадчих служб;

- організація та фінансування досліджень з проблем розвитку фермерства.

#### Список літератури:

1. Агрохолдинги України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zerno.org.ua/links/start=20>. - 18.08.2016
2. Андрощук І.М. Агромаркетинг в підприємствах АПК.: Наук.конф. «Питання сучасної науки і освіти» (18-20.07.2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inf-konf.org>
3. Березівський П.С. Формування та розвиток фермерських господарств / Аграрна політика в умовах ринкової трансформації економіки агропромислового комплексу: Колективна монографія / За заг. Ред. П.С. Березівського. – Львів: Львівський державний аграр. Ун-т.2006. – с. 122-143
4. Державна політика фінансової підтримки розвитку аграрного сектору АПК: монографія; за ред. М. Я. Дем'яненка. – К.: ННЦ Інститут аграрної економіки, 2011. – 372 с
5. «Держрезерв прийняв на зберігання 100 тис. тонн зерна з початку 2016/2017 маркетингового року». Державне аге-

- нтство резерву України [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.gosrezerv.gov.ua/reserv/control/uk/publish/article?art\\_id=163966&cat\\_id=45334](http://www.gosrezerv.gov.ua/reserv/control/uk/publish/article?art_id=163966&cat_id=45334) – 21.07.2016 р.
6. Липчук В. Селянські (фермерські) господарства: оцінка, проблеми становлення та розвитку. / В.В. Липчук // Л.: Вільна Україна. – 1997. – 199 с.
  7. Лобас М.Г. Становлення та розвиток малих форм господарювання / М.Г. Лобас // Агро інком. – 2005.-№8 .- с.93-95
  8. Махортов Ю.О., Дмитренко В.Л. Сучасний стан і перспектива розвитку фермерства в Україні / Ю.О. Махортов, В.Л. Дмитренко // Вісник аграрної науки. – 2003.- №6. – с.75-76
  9. Науково-практичний коментар до Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» та суміжних правових актів. Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/ministry?nid=11101> – 15.01.2014 р.
  10. Павленко О. Хто і як з'їв «Хліб України» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://agronews.ua/node/56799> - 28.08.2015 р.
  11. Шульський М.Г. Фермерство: проблеми становлення та розвитку. Монографія. – Львів, 2004. – 392 с.
  12. Larsson, Donald W. Structural Change and Performance of the US Grain Marketing System. / D.W. Larsson.: Scherer Communications. – 1998. – 305 p.
  13. Sarris A., Hallam D. Agricultural Commodity Markets and Trade./Published by the Food and Agriculture Organization of the United Nations. / A.Sarris, D.Hallam // Cheltenham,UK. – 2006. – 456 p.
  14. *ChicagoBoard of Trade* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cmegroup.com/trading/commodities/>
  15. *Farm Journal Media* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agweb.com/>

#### References:

1. Agroxoldy`ngy` Ukrayiny` (2016) [Online]. – Access mode: <http://www.zerno.org.ua/links/start=20> [in Ukrainian]
2. Androshhuk I.M. Agromarkety`ng v pidpr'yemstvax APK. (2013) : Nauk.konf. «Py`tannya suchasnoyi nauky` i osvity`» [Online]. - Access mode: <http://www.inf-konf.org> [in Ukrainian]
3. Bereziv's'ky`j P.S. Formuvannya ta rozvy`tok fermers'ky`x gospodarstv (2006). Agrarna polity`ka v umovax ry`nkovoyi transformaciyi ekonomiky` agropromy`slovogo kompleksu: Kolekty`vna monografiya / Za zag. Red. P.S. Bereziv's`kogo. - L`viv: L`vivs`ky`j derzhavny`j agrar. Un, p. 122-143 [in Ukrainian]
4. Derzhavna polity`ka finansovoyi pidtry`mky` rozvy`tku agrarnogo sektoru APK : monografiya: (2011), za red. M. Ya. Dem'yanenka. K. : NNCz Insty`tut agrarnoyi ekonomiky` , 372 p [in Ukrainian]
5. «Derzhrezerv pry`jnyav na zberigannya 100 ty`s. tonn zerna z pochatku 2016/2017 markety`ngovogo roku». Derzhavne agentstvo rezervu Ukrayiny` (2016). [Online]. - Access mode: [http://www.gosrezerv.gov.ua/reserv/control/uk/publish/article?art\\_id=163966&cat\\_id=45334](http://www.gosrezerv.gov.ua/reserv/control/uk/publish/article?art_id=163966&cat_id=45334) [in Ukrainian]
6. Ly`pchuk V. Selyans`ki (farmers`ki) gospodarstva: ocinka, problemy` stanovlennya ta rozvy`tku. (1997) L.: Vil`na Ukrayina, 199 p. [in Ukrainian]
7. Lobas M.G. Stanovlennya ta rozvy`tok maly`x form gospodaryuvannya (2005). K.:Agro inkom. -№8.- p.93-95 [in Ukrainian]
8. Maxortov Yu.O., Dmy`trenko V.L. Suchasny`j stan i perspekty`va rozvy`tku fermerstva v Ukrayini (2003).K.:Visny`k agrarnoyi nauky`.№6, p.75-76 [in Ukrainian]
9. Naukovo-prakty`chny`j komentar do Zakonu Ukrayiny` «Pro sil`s`kogospodars`ku kooperaciyu» ta sumizhny`x pravovy`x aktiv. (2014). [Elektronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: <http://minagro.gov.ua/ministry?nid=11101> [in Ukrainian]
10. Pavlenko O. Xto i yak z'yiv «Xlib Ukrayiny`» (2015). [Online]. Rezhy`m dostupu: <http://agronews.ua/node/56799> [in Ukrainian]
11. Shul`s`ky`j M.G. Fermerstvo: problemy` stanovlennya ta rozvy`tku. (2004), monografiya.- L`viv, 392 p. [in Ukrainian]
12. Larsson, Donald W. Structural Change and Performance of the US Grain Marketing System (1998). Scherer Communications. – 305 p. [in English]
13. Sarris A., Hallam D. Agricultural Commodity Markets and Trade. (2006), *Published by the Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Cheltenham,UK. 456 p. [in English]
14. *ChicagoBoard of Trade* [Online]. - Access mode: <http://www.cmegroup.com/trading/commodities/> [in English]
15. *Farm Journal Media* [Online]. - Access mode: <http://www.agweb.com> [in English]