

С. А. Раева, старший научный сотрудник,
ФГБНУ «Аграрный научный центр «Донской»
(347740, г. Зерноград, Научный городок 3, e-mail: s.raeva@bk.ru)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА СЕМЯН ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР

Рассмотрены особенности формирования рынка семян. Акцентировано внимание на том, что семена как товар имеют рыночную ценность и потребительский спрос, а рынок семян является связующим звеном между продавцами и покупателями. Рынок семян рассматривается и как рынок сортов. Отмечено, что характер сортовой политики на современном этапе развития изменился в сторону увеличения количества сортов. Рынок семян формируется исходя из географической сегментации – деления рынка на различные географические единицы. Сегментирование по географическим критериям подразумевает региональное расположение хозяйств-потребителей и климатические условия. Рынок семян дифференцирован на группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться различные сорта семян и их репродукций, а особенностью является то, что он формируется исходя из этапов жизненного цикла семян. Семена новых сортов следует рассматривать как инновационный продукт, где большая роль в формировании рынка семян новых сортов и ускорении сортосмены отводится сельхозтоваропроизводителям-инноваторам.

Ключевые слова: зерновые культуры, рынок, семена, сорт, спрос, предложение, сортосмена, отрасль семеноводство.

S. A. Raeva, senior research officer,
FSBSI “Agricultural Research Center “Donskoy”
(347740, Zernograd, Nauchny Gorodok, 3; e-mail: s.raeva@bk.ru)

THE FEATURES OF FORMATION OF GRAIN CROPS SEED MARKET

The article considers the peculiarities of the seed market. The special attention is focused on the fact that seeds, as a commodity, have a market value and a consumer demand, and the seed market is a link between sellers and buyers. The seed market is also considered as a market of varieties. It is noted that a varietal politics has greatly changed at present and the amount of varieties has increased. Seed market is formed due to geographical division of the market on different geographical segments. Segmentation due to geographical criteria means regional location of the farms and climatic conditions. Seed market is differentiated according to groups

of consumers, which can require different kinds of seeds and their reproductions, and it is formed due to life cycle of seeds. The seeds of new varieties should be considered as innovative product, where innovative agricultural producers play the greatest part in the formation of market of new varieties seeds.

Keywords: *grain crops, market, seeds, demand, requirement, variety change, seed-growing branch.*

Введение. Рынок семян зерновых культур является частью рынка семян сельскохозяйственных культур, образуя самый крупный сегмент как по емкости, так и по числу участников. Он формируется на основании основных законов рынка – спроса и предложения.

Семена как товар отвечают совокупности качеств, которые имеют рыночную ценность и потребительский спрос [1]. Спрос на семена находится в прямой зависимости от спроса на зерно, а также зависит от уровня обеспеченности собственными семенами, размера посевных площадей, размера дохода потребителей, уровня цен на семена, сортовой категории семян, географической среды, рекламы и т. д. Предложение на рынке семян озимой пшеницы формируется отраслью семеноводства на основе сортосмены и сортообновления семян, так как семеноводство зерновых культур стало в настоящее время предпринимательской деятельностью.

Рынок семян является связующим звеном между продавцами и покупателями. Продавцами на рынке семян выступают научно-исследовательские институты, опытные станции, которые производят оригинальные семена и семена элиты. Семеноводческие хозяйства, производящие семена высших репродукций, индивидуальные предприниматели и общества с ограниченной ответственностью, как правило, занимаются перепродажей семян. Транснациональные компании поставляют на рынок импортные семена.

Рынок семян следует рассматривать и как рынок сортов. Правильно подобранный сорт с учетом региональных условий и при соблюдении сортовой агротехники наиболее полно реализует свои потенциальные возможности. Удельный вес селекции в увеличении урожайности, в частности озимой пшеницы, может достигать 35–40% [2].

Характер сортовой политики на современном этапе развития несколько изменился. Нивелируется монополия одного сорта, увеличивается количество предлагаемых новых сортов [3]. Например, в Ростовской области растет количество сортов озимой пшеницы, используемых в производстве, что обусловлено отчасти ростом посевных площадей под этой культурой (рис. 1).

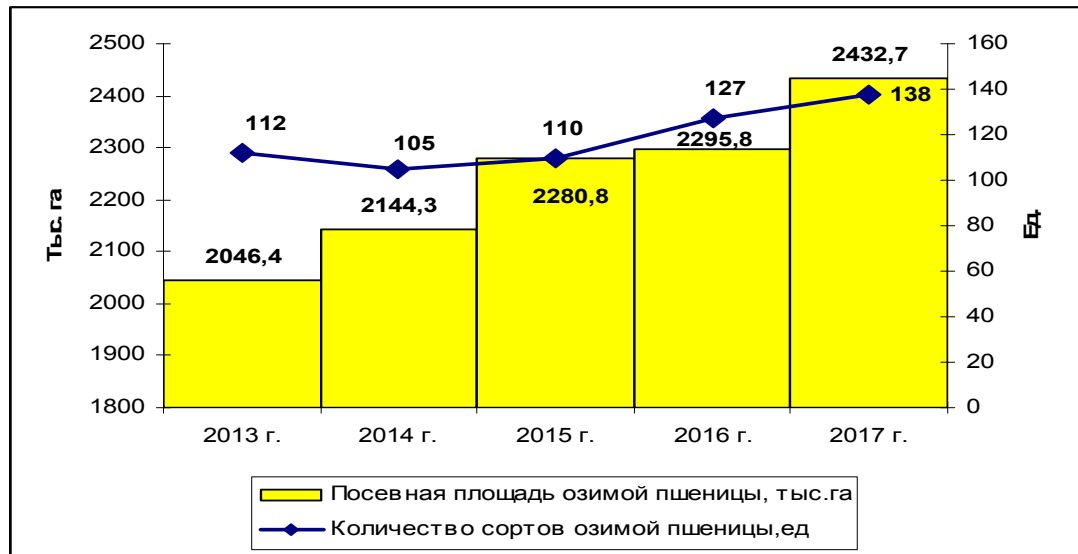


Рис. 1. Посевные площади и количество сортов озимой пшеницы, используемых в Ростовской области

В то же время излишнее многосортие, особенно использование нерайонированных и непроверенных сортов, ограничивает урожайность возделываемых культур при неблагоприятных факторах, а также не позволяет реализовать в более полной степени природный агроресурсный потенциал региона [4].

Рынок семян формируется исходя из географической сегментации – деления рынка на различные географические единицы. Сегментирование по географическим критериям подразумевает региональное расположение хозяйств-потребителей и климатические условия.

При выборе сортов сельхозтоваропроизводителям необходимо учитывать результаты их испытания на близ расположенном Госсортоучастке. Для посева должны использоваться семена сортов, включенных в Государственный реестр селекционных достижений, допущенных к использованию [5].

Среди основных параметров, по которым формируется рынок производителей семян, можно выделить размеры хозяйств-потребителей, объемы закупок, формы собственности предприятий-покупателей – сельскохозяйственные организации, крестьянско-фермерские хозяйства и личные подсобные хозяйства. Также необходимо учитывать способ использования семян потребителем. Семеноводческие хозяйства закупают семена для размножения, потребители (сельскохозяйственные организации различных форм собственности) – для посева [6].

Рынок семян дифференцирован на группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться различные сорта семян и их репродукции. Таким образом,

особенностью рынка семян является то, что он формируется исходя из этапов жизненного цикла семян (рис. 2).

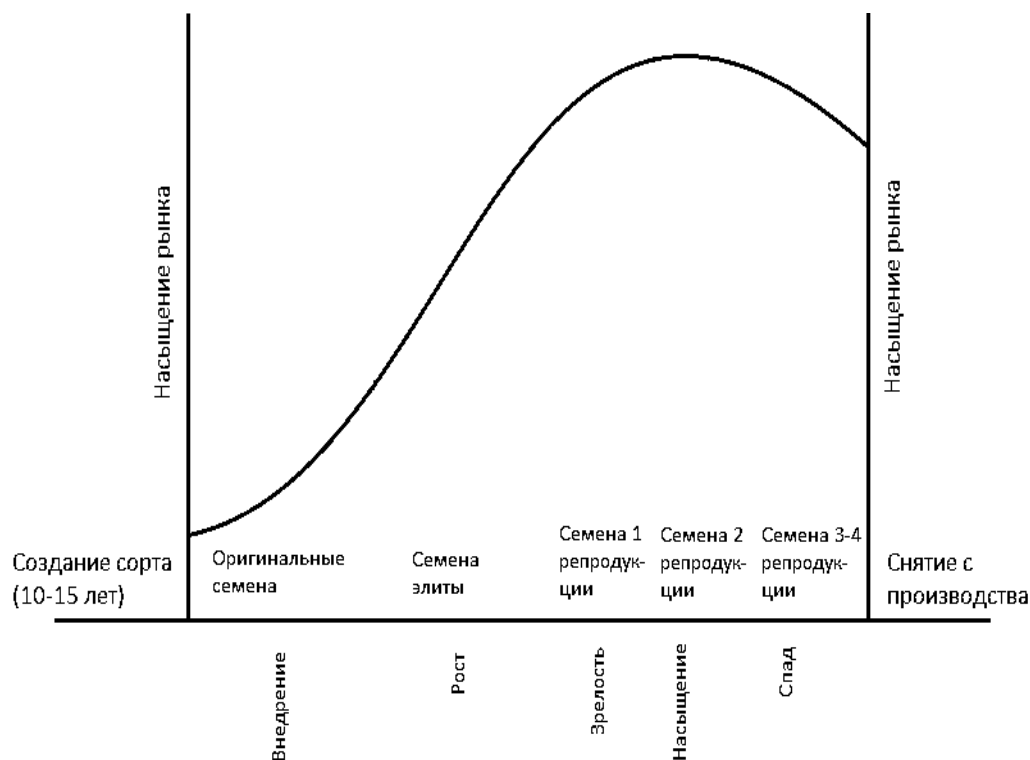


Рис. 2. Этапы жизненного цикла семян сортов

Создание сорта – это селекция, испытание на хозяйственную полезность, новизна, испытание на отличимость, однородность, стабильность, регистрация, внесение в Государственный реестр. На этапе внедрения происходит оценка сортов и посевных качеств семян, проводятся лабораторные испытания, полевые испытания, продвижение, демонстрация посевов этих сортов, защита интеллектуальных прав селекционеров. На этапе роста семена размножают, проводятся рекламные акции, наращиваются коммерческие партии семян, соответственно увеличивается спрос сельхозтоваропроизводителей. На этапе зрелости достигается максимум продаж семян. На этапе насыщения сорт достигает максимального распространения и наступает прекращение роста спроса на семена. На этапе спада сельхозтоваропроизводители переходят на новый сорт, хотя некоторые сорта остаются в производстве. Далее происходит снятие с производства, то есть семена сорта становятся невостребованными сельхозтоваропроизводителями или семена производятся в небольших объемах, что становится невыгодным.

Разработка нового сорта занимает 10–15 лет, но последующие этапы зависят от таких слагаемых, как конкуренция, развитость рынка и выход на рынок новых сортов, созданных в результате селекции.

В зерновом производстве сорт выступает как нововведение, а сортосмена – как одно из эффективных направлений инновационного процесса и фактора интенсификации при производстве зерна [7]. Инновационный процесс – это процесс превращения идей в новую (усовершенствованную) продукцию, пользующуюся на рынке спросом [8]. Таким образом, семена новых сортов следует рассматривать как инновационный продукт. Потребители инноваций получают прямой экономический эффект от приобретения инновационного продукта, а по расчетам ученых [9, 10] новый сорт обеспечивает 20–25% прибыли. В настоящее время в Ростовской области используется 9,6% семян новых сортов озимой пшеницы, основную долю (50,9%) составляют семена сортов, используемых в производстве 6–10 лет.

Большая роль в формировании рынка семян новых сортов и ускорении сортосмены отводится сельхозтоваропроизводителям-инноваторам. Если они, посеяв семена новых сортов, будут удовлетворены такими свойствами семян, как урожайность, качество, устойчивость к патогенам, то сбыт начнет расти. Причины роста – это, во-первых, когда сельхозтоваропроизводители-инноваторы будут продолжать покупать эти семена и, во-вторых, влиять на других потенциальных сельхозтоваропроизводителей посредством устной коммуникации. Следовательно, уровень охвата рынка будет повышаться, продажа семян в различных торговых точках обеспечит их заметность, что также будет способствовать распространению их на рынке.

Особенностью формирования рынка семян является и то, что спрос на семена существует только в посевной сезон, поэтому семена должны быть доступны сельхозтоваропроизводителям в нужное время, в нужном месте.

Выводы

1. Рынок семян формируется исходя из жизненного цикла сортов и подразделяется на субрынки оригинальных, элитных и репродукционных семян.
2. Рынок семян формируется исходя из географической сегментации. Сорт, как правило, более востребован в зависимости от его качественных характеристик в регионе, где он районирован.
3. Предложение на рынке семян формируется отраслью семеноводства на основе сортосмены и сортообновления, так как семеноводство зерновых культур стало в настоящее время предпринимательской деятельностью. Семеноводство, как отрасль

растениеводства, занимает промежуточное звено между наукой (селекцией) и производством.

4. Семена новых сортов – это инновационный продукт, большая роль в формировании рынка семян новых сортов и ускорении сортосмены отводится сельхозтоваропроизводителям-инноваторам.

5. Семена в форме нового сорта являются важным фактором повышения эффективности сельскохозяйственного производства, обеспечивая 20–25% прибыли.

Литература

1. Подколотин, Р. В. Формирование и развитие регионального рынка семян зерновых культур: автореф. дис. ... канд. эконом. наук [Электронный ресурс] / Р. В. Подколотин. – Воронеж, 2008. – Режим доступа: <http://diss.seluk.ru/av-ekonomika/866047-1-formirovanie-razvitie-regionalnogo-rinka-semyan-zernovih-kultur.php>.

2. Региональный рынок семян зерновых культур: тенденции формирования и перспективы развития / под ред. заслуженного деятеля науки РФ, д. э. н., профессора А. П. Курносова. – Воронеж: Изд-во ФГОУ ВПО ВГАУ, 2008. – 197 с.

3. Сроки проведения сортосмены и сортообновления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gossmi.ru/>.

4. Тагиров, М. Ш. Инновационная роль сорта и производства семян в современном растениеводстве / М. Ш. Тагиров // Аграрный вестник Юго-Востока. – 2014. – № 1-2. – С. 14–16.

5. Словари и Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>.

6. Шадиева, З. Т. Маркетинговые стратегии на рынке хлопковых семян: монография / З. Т. Шадиева. – Ташкент: Изд-во ТГЭУ, 2011. – 132 с.

7. Нечаев, В. И. Организационно-экономические основы сортосмены при производстве зерна / В. И. Нечаев. – М.: АгриПресс, 2000. – 480 с.

8. Соловьев, В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В. П. Соловьев. – Киев: Феникс, 2006. – 560 с.

9. Гетман, А. Т. Организация семеноводства и контроля за качеством семян в Швеции / А. Т. Гетман // Селекция и семеноводство. – 1997. – № 2. – С. 45–51.

10. Алабушев, А. В. Семеноводство зерновых культур в Ростовской области / А. В. Алабушев, Т. И. Фирсова, Г. А. Филенко. – Ростов н/Д.: Книга, 2012. – 240 с.

Literature

1. Podkolzin, R. V. Formation and development of the regional market of seeds of grain crops [e-resource]: the thesis on Cand. of Econ. Sc. / R. V. Podkolzin. – Voronezh, 2008. – Available at: <http://diss.seluk.ru/av-ekonomika/866047-1-formirovanie-razvitie-regionalnogo-rinka-semyan-zernovih-kultur.php>.
2. Regional market of grain crop seeds: trends of formation and prospects of development / ed. by the honored worker of science of the Russian Federation, Doctor of Economic Sciences, Professor A. P. Kurnosov. – Voronezh: Publ. of FSEI HPE VSAU, 2008. – 197 p.
3. Terms of variety change and variety updating [e-resource]. – Available at: <http://gossmi.ru/>.
4. Tagirov, M. Sh. The innovative role of variety and seed production in modern plant growing / M. Sh Tagirov // Agricultural Vestnik of the Southeast. – 2014. – No. 1-2. – Pp. 14–16.
5. Dictionaries and the Great Soviet Encyclopedia [e-resource]. – Available at: <http://dic.academic.ru>.
6. Shadieva, Z. T. Marketing Strategies in the Cotton Seed Market: monograph / Z. T. Shadieva. – Tashkent: Publ. of TSEU, 2011. – 132 p.
7. Nechaev, V. I. Organizational-economic bases of variety change in grain production / V. I. Nechaev. – M.: AgriPress, 2000. – 480 p.
8. Soloviev, V. P. Innovative activity as a system process in a competitive economy (Synergetic effects of innovation) / V. P. Soloviev. – Kiev: Phenix, 2006. – 560 p.
9. Getman, A. T. Organization of seed production and control of seed quality in Sweden / A. T. Getman // Plant-breeding and seed-growing. – 1997. – No. 2. – Pp. 45–51.
10. Alabushev, A. V. Seed-growing of grain crops in the Rostov region / Alabushev A. V., Firsova T. I., Filenko G. A. – Rostov/D: Kniga, 2012. – 240 p.