

УДК 339.172:004.9

М. О. Солодкий,
к. е. н., заслужений діяч науки і техніки України,
в. о. професора кафедри біржової діяльності,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ НА ФОНДОВИХ ТА ТОВАРНИХ БІРЖАХ КРАЇНИ

Проаналізовано стан впровадження електронної технології торгівлі на фондових та товарних біржах країни та запропоновано шляхи прискореного впровадження системи електронної торгівлі в практику діяльності вітчизняного біржового ринку.

The situation with development of electronic trading technology on the stock and commodity exchanges is analyzed and ways of electronic trading system implementation in the practice of domestic commodity exchange market are developed.

Ключові слова: електронна торгова система, торгова система RTS Plaza, біржовий термінал, система торгових електронних майданчиків (СТЕМ), торговельна платформа.

Key words: electronic trading system, trading system RTS Plaza, commodity exchange terminal, the system of electronic platforms, trading platform.

На вітчизняному біржовому ринку відбуваються помітні зрушення щодо освоєння новітніх інформаційних технологій, які кардинально змінюють підходи до ведення бізнесу, відкриваючи нові можливості щодо його розвитку. Ці позитивні зрушення особливо помітні на ринку торгівлі цінними паперами, де не без активної допомоги російських біржовиків за останні п'ять років досягнутий значний прогрес в освоєнні електронної біржової торгівлі.

Проблематика електронної біржової торгівлі на вітчизняному біржовому ринку все ще не набула достатнього висвітлення у вітчизняних наукових працях, що зумовлює актуальність та своєчасність досліджень. Тому метою дослідження є визначення стану та перспективних напрямів розвитку електронної біржової торгівлі на фондових та товарних біржах країни.

Досвід російських біржовиків [1; 2; 4] довгий час активно використовувала фондова біржа ПФТС. У даний час на цій біржі впроваджена і успішно функціонує нова електронна торговельна система PFTS NEXT.

Серйозним конкурентом на ринку цінних паперів з впровадження електронного трейдингу для ПФТС стала Українська біржа.

Українська біржа — основний в країні ринок акцій та провідний центр ліквідності й Інтернет-трейдингу. Біржа розпочала активну торгівлю в березні 2009 року і нині підтверджує статус технологічного лідера цього ринку. Саме вона першою в країні освоїла ринок заявок, Інтернет-трейдинг, он-лайн розрахунок фондового індексу, ринок РЕПО та розрахунок через центрального контрагента і торгівлю похідними інструментами.

У даний час на біржі торгівлю здійснюють 140 найбільш активних торгових компаній і понад 2000 приватних інвесторів, які проводять операції з по-

над 30 акціями на ринку заявок, а також понад 100 акціями і облігаціями на ринку котировок. Щоденні обсяги торгівлі на біржі становлять сягають 250 млн гривень. Українська біржа перша в країні освоїла торгівлю строковими контрактами з використанням електронної технології торгівлі [5].

Освоївши програму RTS Plaza, біржа сертифікувала практично протягом року чотири брокерські торгові системи, що дозволило успішно здійснювати торгівлю цінними паперами на сучасному рівні. Технологічна система здійснення електронної торгівлі на Українській біржі характеризується наступним чином (рис. 1).

Як видно із технологічної схеми (рис. 2), що застосовується на Українській біржі, заявки можуть прийматися біржею як з робочих станцій, встановлених трейдерам професійних учасників ринку, так і через термінали систем Інтернет-трейдингу, підключених до торгової системи з використанням шлюзу. Невід'ємною складовою є система обліку позицій клієнтів торговця за допомогою даних зберігача. Депозитарій, в свою чергу, зберігає в реєстрі цінні папери, випущені в документальній формі, самостійно веде облік цінних паперів у бездокументальній формі, зберігає грошові кошти в Національному банку.

Особливо слід підкреслити широке розповсюдження торгівлі через систему інтернет-трейдингу, що охоплює понад 3,5 тисячі інтернет-трейдерів, які щомісячно здійснюють понад 55 тисяч угод [5].

Одночасно слід зауважити важливість для вітчизняного фондового ринку підключення до торгівлі системи GL NET всесвітньо відомої компанії SUN Gard, що практично започатковує новий етап розвитку нашого ринку. Ця торговельна система на Українській біржі стала доступною уже в перший рік її освоєння. Це підтверджує високу

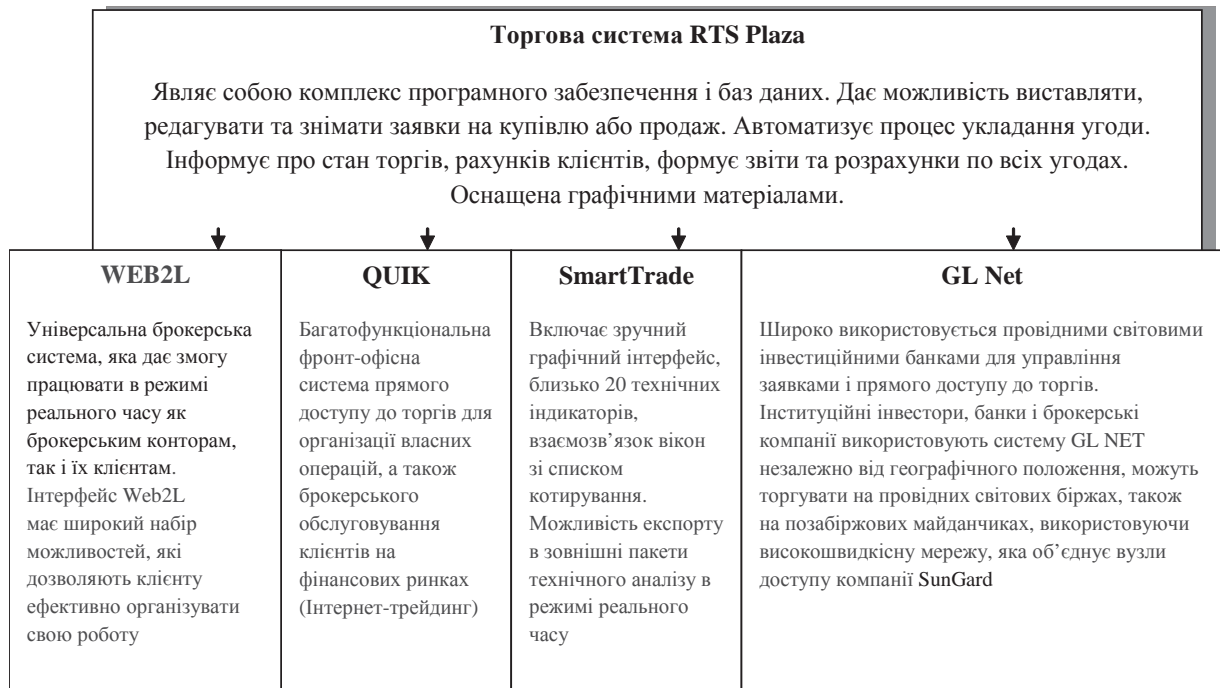


Рис. 1. Схема електронної технології торгів на Українській біржі

динаміку розвитку нашого ринку цінних паперів.

Технологічне рішення GL NET відкриває дорогу на вітчизняний ринок зарубіжним інвесторам і дозволяє українським брокерам надавати глобальним інвесторам можливість торгувати акціями вітчизняних підприємств, а також отримати доступ до торгівлі на всіх електронних ринках світу.

Що стосується вітчизняних товарних бірж, то на більшості з них під гаслом освоєння прогресивної електронної торгової системи відбувається лише поетапне впровадження в застарілу торгівлю технологію окремих елементів комп'ютерного забезпечення [3].

Такий стан з впровадженням електронної торгової системи на товарному біржовому ринку країни зумовлений багатьма факторами, до яких слід віднести:

- низький рівень розвитку біржового товарного ринку;
- багаточисельність бірж, зайнятих обслуговуванням цього ринку;
- незацікавленість засновників бірж у запровадженні нових інформаційних технологій ведення торгів;
- слабку матеріально-технічну базу бірж та брокерських контор;
- торгівлю на біржах лише спотовими та форвардними

контрактами;

— виконання більшістю вітчизняних бірж не властивих функцій для класичних товарних бірж;

— відсутність підготовлених фахівців для освоєння та впровадження біржового електронного трейдингу.

Певна частина товарних бірж, особливо тих, що торгують продукцією агропромислового комплексу, розуміючи колосальну відсталість від процесів, що відбуваються на світовому біржовому

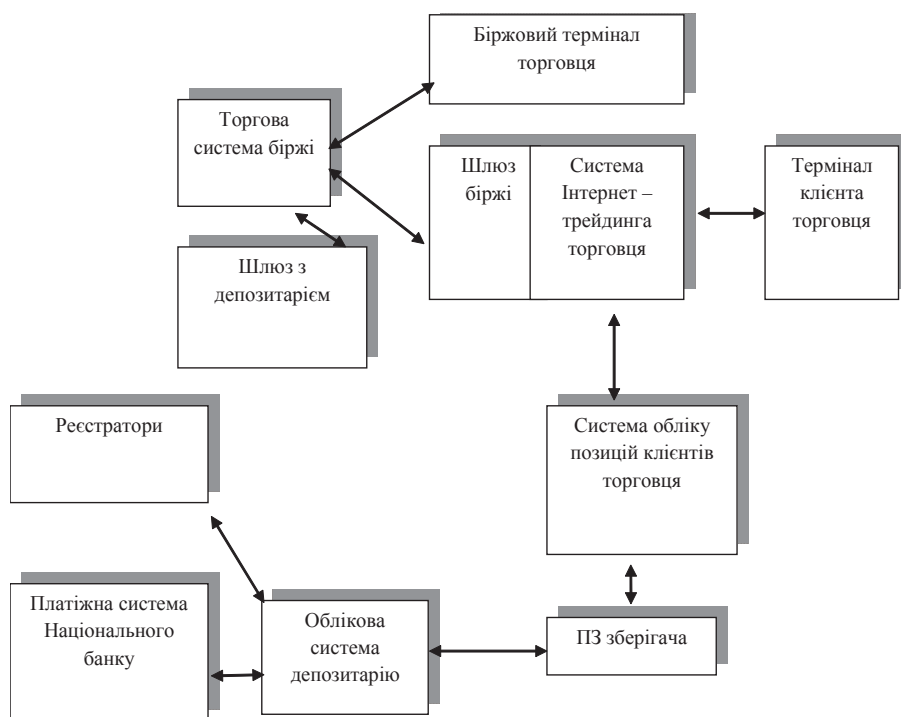


Рис. 2. Технологічна схема торгів на Українській біржі

ринку, намагаються розробити та впровадити сучасні електронні технології торгівлі. До таких бірж можна віднести Придніпровську товарну біржу, Вінницьку універсальну товарну біржу, Українську ф'ючерсну біржу та Аграрну біржу.

На Одеській аграрній біржі розроблена і функціонує електронна технологія біржової торгівлі — Комп'ютерна програма "Електронна аграрна біржа" (свідоцтво № 18532, видане Міністерством освіти і науки України).

Дана система є продуктом спільної наукової та практичної розробки Національного університету біоресурсів і природокористування України (кафедра біржової діяльності) та Одеської аграрної біржі і являє собою комп'ютерну електронну біржову систему збору, обробки і відображення інформації, а також підготовки до проведення біржових торгів та безпосереднього проведення їх у локальній мережі та мережі Інтернет.

В основу технології торгівлі покладено систему торгових електронних майданчиків (СТЕМ), що є комплексом програмно-технічних засобів, які забезпечують автоматизацію процесів біржової діяльності, а саме:

- організацію (підготовку) біржової сесії;
- проведення та відображення біржових торгів у електронному режимі із застосуванням мережі Інтернет;
- організацію та проведення клірингового розрахунку;
- здійснення документообігу щодо розрахунково-клірингової діяльності щодо договорів придбання та реалізації товарів та товарних деривативів;
- проведення розрахунків за зобов'язаннями;
- контроль за проведенням біржових торгів та дотримання правил біржової торгівлі;
- рівноправний доступ всіх учасників до участі в аграрному ринку та забезпечення вільної конкуренції на ньому;
- проведення біржових торгів кожного календарного дня;
- доступність інформації через засоби трансляції (передачі) даних та доступ до їх відображення.

Система торгових електронних майданчиків являє собою комплекс незалежних програмних засобів, які впроваджуються поетапно і можуть працювати автономно.

Основна з них — це система біржових торгів з розподіленою ієрархічною структурою, в якій є можливість проведення як всеукраїнських торгів з використанням мережі акредитованих аграрних бірж, так і проведення окремих торгів кожною біржею незалежно, з єдиною централізованою базою даних, що знаходиться в головному офісі, доступ до якої забезпечується як з локальної мережі, так і з мережі Інтернет.

Клірингові розрахунки та передача товару за укладеними угодами у цій системі забезпечують виконання зобов'язань через систему заставних операцій та маржових внесків учасників біржової торгівлі, а саме:

- разовий кліринг — кліринг реального товару;
- заліковий кліринг — кліринг форвардних та опціонних контрактів з виконанням;
- нерозривне залікове виконання — кліринг ф'ючерсних контрактів.

Забезпечення надійності та захищеності функціонування СТЕМ передбачає елементи захисту інформації від широкого переліку факторів, які можуть спричинити втрати чи пошкодження інформації, та відповідає вимогам чинних нормативних актів.

У цілому, система торгових електронних майданчиків проходить успішне випробування на Одеській аграрній біржі.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Підсумовуючи стан та перспективи впровадження електронної біржової торгівлі як в світі, так і в нашій країні, необхідно відзначити, що:

- на першому етапі автоматизація стосувалась лише окремих технологічних процесів, таких як направлення заявок на біржу, розповсюдження інформації про ринок тощо;

- електронні торговельні системи повністю замінюють (автоматизують) торгівлю в біржовому залі і вони функціонують у двох режимах закритого і відкритого типу. У закритій торговій системі клієнти, як правило, надсилають свої заявки через брокера, який має доступ до торгової системи. Відкрита торгова система надає можливість своїм клієнтам безпосередньо, через мережу Інтернет, здійснювати всі біржові операції;

- електронна біржа являє собою всеохоплюючу закриту торгову систему, в якій всі транзакційні етапи здійснюються автоматично. Вони інтегровані між собою за допомогою електронних зв'язків. Така система заключає в собі процеси прийняття і передачі заявок, визначення ціни, виконання угоди, клірингово-розрахункові операції, надає інформацію і забезпечує контроль виконання.

Таким чином, комп'ютеризація біржової діяльності означає ліквідацію кордонів між біржею і рештою оптових ринків, що дозволяє всім бажаючим брати участь у біржовій торгівлі через комп'ютерну систему, а найголовніше — забезпечує шлях до створення єдиного ринкового середовища.

Література:

1. Дегтярева О.И. *Биржевое дело: учебник* / Дегтярева О.И. — М.: Магистр, 2007. — С. 156—168.
 2. *Эволюция Интернет-трейдинга в России // Рынок ценных бумаг.* — 2001. — № 19/2021. — С. 79—82.
 3. Сохацька О.М. *Біржова справа: підручник* / Сохацька О.М. — К.: Кондор, — 2008. — С. 328—341.
 4. Балабанов И.Е. *Электронная коммерция: учебник* / Балабанов И.Е. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
 5. <http://ux.com.ua/a1592/?nt=100>.
- Стаття надійшла до редакції 07.10.2010 р.*

УДК 339.138:339.172

О. В. Сидоренко,

к. е. н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ

У статті розглядаються питання створення маркетингових служб бірж, їх діяльності в напрямі ефективності й оптимізації механізмів роботи з клієнтами.

In the article the problems of creation of exchange marketing departments, their functioning for efficiency and optimization mechanism of works with clients are considered.

Ключові слова: маркетинг, прикладний маркетинг, біржова послуга, біржовий продукт, маркетингові служби, субброкеридж, інструменти маркетингу, фінансова інформація.

ВСТУП

Біржовий ринок є найрозвинутішою частиною сучасного світу з точки зору використання комунікацій і здійснення ефективної співпраці. Основою цього стала гуманістична позиція ринку, спрямована на людину, зокрема готовність надати широкі можливості для інвестиційної та торгової (трейдерської) діяльності. Провідну роль у досягненні таких результатів відіграє ефективний маркетинг у біржовій сфері. Швидкоплинність сучасних фінансово-економічних процесів змушує розвиватися маркетингові служби усіх учасників біржової діяльності і оперативно на них реагувати, пропонуючи новітні та високотехнологічні продукти на ринку біржових послуг.

Розвиток маркетингу, зокрема як прикладно у біржовій галузі, особливості його використання зумовили появу різноманітних його видів: маркетинг, орієнтований на продукт (послугу), на споживача (клієнта, інвестора) та змішаний. Маркетинг, орієнтований на біржовий продукт, має на меті використання продукту чи послуги як основного інструменту біржової діяльності. Маркетинг клієнта стверджує, що клієнт віддає перевагу біржовим продуктам із вищими, ефективнішими показниками, для розв'язання власних фінансових проблем або для задоволення власних потреб. У зв'язку з цим головне завдання цього маркетингу — вивчення клієнта, його побажань, пріоритетів, умов і чинників їх формування і розвитку, пропонування відповідних біржових товарів чи послуг. Змішаний маркетинг, а саме він переважає, використовує підходи та інструментарій обох названих видів маркетингу [5].

Біржова торгівля також знаходить свій прояв у торговельному маркетингу (посередницькому), який є, з одного боку, професійним виконанням

спеціалізованими ринковими суб'єктами спеціальних функцій із задоволення спекулятивних, інформаційних, страхових та інших потреб інвесторів.

У цілому, питаннями стратегічного та комерційного маркетингу, маркетингу комунікацій займається багато визначних вчених, зокрема Девід А. Акер, Ч. Уест, М. Томпсон, Г.А. Черчилль, П. Вінкельман, Д. Шульц, Б. Барнс, Г. Почепцов, А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. Фундаментального вивчення біржового маркетингу як науки за кордоном і в Україні на сьогодні ще не проводились. Окремими питаннями застосування маркетингу в біржовій сфері займається російський фінансист і економіст Бутенко Н.В. Активне застосування маркетингових стратегій у біржовій сфері значного поширення набуло лише на початку 60-х років на західних біржах.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою наукових досліджень, що викладені в статті, є обґрунтування необхідності використання спеціалізованих маркетингових служб у біржовій сфері для підвищення ефективності функціонування торгово-біржових відносин України.

РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ

Використання ж маркетингу в біржовій сфері спрямоване на виконання біржами функції просування біржових послуг до клієнта. Виконання цієї функції вимагає здійснення ряду заходів щодо залучення клієнтів до послуг тієї чи іншої біржової структури. В рамках виконання своїх завдань сучасний маркетинг на біржах може бути орієнтований на вивчення потенційного клієнта або на вивчення біржових продуктів. У цілому, маркетингові служби функціонують у двох режимах: підтримка і задоволення існуючих потреб клієнтів та