**МАРКЕТИНГ В БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

#### 1. Развитие биржевой торговли

#### 2. Виды биржевых контрактов и сделок в системе маркетинга

#### 3. Маркетинг биржевых услуг

#### 1. Развитие биржевой торговли

Зарождение биржи связано с развитием торговых отношений. Первые собрания купцов в Японии относятся к 1 в.н.э., в Древнем Риме — к концу II в., во Флоренции — к XIII в.н.э. К началу XVII в. в европейских госу­дарствах сложились регулярно действующие рынки оптовой торговли, кото­рые по существу стали прямыми предшественниками современных бирж. Слово «биржа» приобрело нынешнее значение благодаря меняле и маклеру Ван дер Бурсе, жившему в XV в. в г.Брюге (Нидерланды). На площади возле его дома находились гостиница и склад товаров, здесь собирались купцы из разных стран для торговли векселями, товарами, обмена инфор­мацией. Герб на доме менялы состоял из трех кошельков (позднелатинское bursa — кошелек).

Сначала торговцы привозили свои товары непосредственно на биржевые склады. Затем биржевая оптовая торговля стала вестись по образцам. По­мимо ценовых сделок, на биржах проводились страхование товаров, а также торговые операции с векселями. Со временем биржи разделились на товар­ные и фондовые, хотя продолжают существовать и универсальные биржи, проводящие операции купли-продажи как товаров, так и ценных бумаг.

Если на заре своего существования биржа воспринималась более всего как определенное место купли-продажи, то для современной биржи купля-продажа товаров не является первостепенной задачей. Главными для биржи стали:

определение цен товаров на перспективу и обеспечение ценовой гласности; согласование планового и фактического спроса и предложения; страхование от колебаний цен.

В настоящее время биржа воспринимается как сложный функциональ­но-информационный организм, предназначенный для всесторонней организа­ции рынка и рыночной деятельности. Инструментом, позволяющим опреде­лить перспективную цену в маркетинге, является биржа. Исходное требова­ние к торгам на бирже — гласность. Цена, по которой на бирже заключа­ются контракты на поставку продукции, всегда определяется гласно. Благодаря гласному торгу выявленная цена сразу же поступает в компью­терную систему, и на следующий день экономические и финансовые газеты публикуют цены, по которым заключались контракты по каждому биржевому товару. Каждый продавец и покупатель, в каком бы месте он ни находился, прежде чем заключить контракт на куплю-продажу продукции, может оз­накомиться с ценами на крупнейших биржах мира.

Современная *биржа —* это место заключения планов-контрактов на по­ставку продукции исходя из прогнозируемого спроса и предложения. Изме­нение прогнозных оценок в зависимости от множества происходящих событий (климатических условий, экономических, политических, социальных процес­сов) выражается в продаже «лишних» планов-контрактов или приобретении новых.

#### 2. Виды биржевых контрактов и сделок в системе маркетинга

В биржевом контракте оговариваются сроки поставки товара, цена то­вара, его качество и количество. Наличие товара на бирже в момент за­ключения сделки не является необходимым условием.

В биржевой практике различаются два главных типа сделок: сделки на реальный товар и фьючерсные сделки. При осуществлении *сдел**ки на ре­альный товар* продавец должен располагать товаром в наличии и предъ­явить его к поставке в срок, предусматриваемый в биржевом контракте. Поэтому сделки на реальный товар подразделяются на *«к**эш»-сд**ел**ки* (или *«спот»)* и *«форвард**а-сделки.* «Кэш»-сделка представляет собой сделку на наличный товар. В этом случае продавец должен сдать товар на биржевой склад и получить специальное складское свидетельство — *варрант.* К по­купателю варрант переходит после заключения сделки, по нему он получает товар с биржевого склада. При данном виде сделки срок поставки товара со склада покупателю определяется биржевыми правилами от одного до 15 дней. «Форвард»-сделки, или сделки на срок, предусматривают поставку реального товара в будущем. При заключении биржевого контракта в дан­ном случае оговариваются цена товара и срок его поставки. Продавец по­ставляет товар на склад, получает варрант, оплачивает страхование своего товара и его хранение на складе. Когда истекает срок поставки, продавец передает варрант покупателю в обмен на чек.

*Фьючерсные (срочные) сделки* осуществляются с товарами, которых в момент заключения сделки в наличии нет. Фактически происходит акт куп­ли-продажи права на будущий товар. При заключении фьючерсной сделки в контракте фиксируются цена товара и сроки его поставки. Сроки поставки определяются специально принятыми на биржах стандартами.

Контракты по фьючерсным сделкам появились в 1860 г. Фермерам в центральных и западных частях США приходилось отвозить свой урожай зерна на рынок в Чикаго осенью, при этом они стремились получить от торговцев зерном оптимальную цену. Естественно, что цены резко падали в условиях избыточной поставки, и фермерам зачастую приходилось сбрасы­вать свою продукцию в озеро Мичиган после неудачных попыток получить хоть какую-нибудь цену. К следующей весне поставки сокращались, а цена пшеницы поднималась.

Для создания более стабильных и выгодных условий торговли для себя группа торговцев из Чикаго организовала в 1848 г. Чикагскую Палату Торг­овли (ЧПТ). Она по-прежнему является одной из крупнейших бирж фью­черсных сделок в мире. Первоначально ЧПТ занималась лишь заключением срочных контрактов, т.е. на поставку пшеницы по договорной цене в более поздний период года, когда поставки были низки. Однако к 1860 г. была произведена стандартизация объемов, качества и дат поставки, что позво­лило торговцам более свободно решать друг с другом вопросы будущих поставок пшеницы и положило начало современному рынку срочных сделок.

Постепенно контракты по фьючерсным сделкам стали включать более широкий перечень товаров, таких, как хлопок, соевые бобы, масло и металлы, золото и медь. Эти сделки были введены в Чикаго на конкурирующем рынке в ЧПТ, на Международном валютном рынке (MBP), который является в настоящее время частью Чикагской Торговой Биржи (ЧТБ). В январе 1976 г. МБР заключил контракт на поставку трехмесячных векселей. С течением времени фьючерсные сделки получили широкое распространение практически • на всех товарных биржах мира. Объем торговли, связанный с фьючерсными сделками, значительно превосходит объем торговли с наличным товаром.

Целью фьючерсной сделки является получение разницы между ценой контракта в момент его заключения и ценой в день истечения контракта. Если за этот период цена повысится, то продавец проиграет. Чтобы уплатить разницу между предполагаемой в контракте целой и реальной ценой, про­давец заключает *офсетную,* или обратную сделку, т.е. сделку на покупку такой же партии товаров по новой, уже реальной цене на момент истечения фьючерсной сделки. Покупатель также заключает офсетную сделку на про­дажу такой же партии товара по новой цене и получает выигранную раз­ницу. При заключении офсетного контракта фьючерсный контракт ликвиди­руется. Особенность заключения фьючерсных сделок в отличие от контрактов на реальный товар состоит в том, что фьючерсные сделки обязательно ре­гистрируются в Расчетной палате. С момента такой регистрации продавец и покупатель перестают быть прямыми субъектами акта купли-продажи, осуществляя свою деятельность непосредственно лишь с Расчетной палатой.

Фьючерсные сделки применяются для страхования от возможных потерь в случае изменения рыночных цен при заключении сделок на реальный товар. Страховочная операция получила специальное название — *хеджиро­вание.* Операция хеджирования состоит в том, что фирма, продавая реаль­ный товар на бирже или вне ее с поставкой в будущем, желая использовать существующий в момент заключения сделки уровень цен, одновременно со­вершает на срочной бирже обратную операцию, т.е. покупает фьючерсные контракты на тот же срок и на то же количество товара. После сдачи или приемки товара осуществляется соответственно продажа или выкуп фьючерс­ных контрактов.

Операции хеджирования делятся на *хеджирование продажей* и *хеджи­рование пок**упкой.* При хеджировании продажей фьючерсные контракты про­дают. Хеджирование продажей применяют для обеспечения продажной цены реального товара, который есть или будет находиться в собственности фирм, добывающих или перерабатывающих сырье. При хеджировании покупкой фьючерсные контракты покупают и используют в качестве средства, гаран­тирующего закупочную цену для фирм, потребляющих сырье. Принцип стра­хования в данном случае заключается в том, что если в сделке одна сторона теряет как продавец реального товара, то она выигрывает как покупатель фьючерсов на то же количество товара, и наоборот. Поэтому покупатель реального товара осуществляет хеджирование продажей, а продавец реаль­ного товара — хеджирование покупкой. Таким образом, фьючерсные опера­ции страхуют сделки на покупку реального товара от возможных убытков в связи с изменением рыночных цен на товар.

В зависимости от целей, которые преследуются при проведении операции хеджирования, выделяются различные виды хеджирования:

*обычное (чистое) хеджирование* осуществляется с целью избежать це­новых рисков и совершается в полном балансовом соответствии со встреч­ными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;

*арбитражное хеджирование,* учитывающее затраты на хранение, прово­дится исключительно для извлечения выгоды из ожидаемого благоприятного изменения в соотношении цен реального товара и биржевых котировок с различными сроками поставок. При избытке товара это соотношение цен (котировка на дальние сроки поставки выше, чем на ближние) позволяет за счет хеджирования финансировать расходы по хранению товара:

*селективное хедж**ир**ован**ие* проводится, если сделка на фьючерсном рын­ке выполняется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество. Осуществление сделки на бирже в значи­тельной мере основывается на ожидаемом направлении и степени изменения цен реального товара;

*предвосхи**щающее хеджирование* заключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным то­варом.

Операция хеджирования может быть проведена через *оп**цион.* Опцион считается особым видом биржевых операций, который предполагает заклю­чение договорного обязательства на куплю или продажу определенного вида ценностей или финансовых прав по заранее установленной в момент заклю­чения сделки цене в пределах согласованного периода. Эту цену называют базисной ценой или ценой осуществления опциона, а также ценой заключе­ния сделки.

Выделяются три главных вида опциона:

*оп**цион* с *правом покупки* дает право, но не обязывает покупать опреде­ленный фьючерсный контракт, товар или нетоварную ценность по данной цене.

*опцион* с *правом продажи* дает право, но не обязывает продавать опре­деленный фьючерсный контракт или нетоварную ценность по данной цене:

*двойной опцион* дает право покупателю купить либо продать контракт или другой вид ценностей (но не купить и продать одновременно) по базисной цене. Двойной опцион используется при чрезвычайно неустойчивой рыночной конъюнктуре.

Опционы применяются для страхования части выручки в условиях неоп­ределенности итогов производства (например, в случае будущих поставок зерна), а также для защиты от потерь в связи с иными рисками, находя­щимися вне поля зрения страховых компаний.

Распространенными биржевыми операциями являются *спекулятивные сделки,* которые выполняются с целью получения прибыли в условиях ко­лебания цен. Спекулятивная прибыль получается из разницы между ценой биржевого контракта в день его заключения и ценой в день его исполнения. Выделяют различные виды спекулятивных операций. Так, спекулянты могут скупать биржевые контракты для их последующей перепродажи по более высокой цене. Этот вид спекуляции называется *игрой на повышение цен.* Спекулянтов в данном случае называют *«быками**,* а покупку биржевого контракта — *длинной позицией.* Продажу ранее купленного контракта при спекуляции на повышении цен называют *ликвидацией.* Другой вид спеку­ляции — *игра на понижение цен.* Спекулянты продают биржевые контракты с целью последующего их откупа по более низким ценам. Таких спекулянтов принято называть *«медведями**»»,* продажу контракта — *приобретением ко**­роткой позиции,* а его последующий откуп — *покрытием.* Таким образом, играющие на повышение подобны быкам, которые стремятся «поднять на рога»: играющие на понижение, как медведи, «подминают под себя».

«Бык» — торговец, ожидающий повышения цен на рынке и способстпуюший этому. «Медведь» — торговец, ожидающий, что цены на рынке будут снижаться, и способствующий этому.

Следующий вид спекуляции — это спекуляция на соотношении цен одного н того же или взаимосвязанных товаров или цен на товары с различными сроками поставки. В этом виде спекуляции самой известной является опе­рация *спред* *(стрэнгл).* Спред — разница цен или доходов, часто между ставками, запрашиваемыми и предлагаемыми рыночным дельцом. Таким образом, операция типа спред заключается в одновременной покупке и про­даже фьючерсных контрактов с различными сроками поставки в целях по­лучения выгоды от разницы в котировках цен этих позиций (например, покупка мартовских и продажа майских контрактов).

В зависимости от: времени владения биржевыми контрактами выделяют две группы спекулянтов. Первая из них — *скальперы,* или *джобберы,* изу­чает самые незначительные колебания цен и ликвидирует контракты через несколько минут или часов после приобретения, обеспечивая тем самым ликвидность рынка. Вторая группа — *позишн-трейдер,* или *фло-трейдер,* которая вкладывает деньги в спекулятивные операции на сравнительно дли­тельное время (дни, недели, месяцы). Эта группа спекулянтов способствует переливу капитала с одного рынка на другой и определяет уровень спеку­лятивной активности на товарных биржах.

Итак биржа — это институт, представленный комплексом правил, ре­гламентирующих поведение хозяйственных агентов, и в то же время предо­ставляющий хозяйственным агентам определенную свободу действий и ряд услуг. Биржевой механизм — механизм организационного самоформирования спроса и организационной самореализации предложения. Самостоятельно хо­зяйствующие субъекты встречаются на бирже, чтобы, с одной стороны, ре­ализовать свою продукцию с целью получения прибыли, а с другой — удовлетворить собственный спрос. На бирже покупатель и продавец не свя­заны друг с другом. Процесс купли-продажи осуществляется через посред­ников. Цена зависит от спроса и предложения. Если производитель предста­вит на бирже новый вид товаров улучшенного качества, он вправе устано­вить повышенную цену. В случае позитивной реакции потребителей произ­водитель получит прибыль выше среднего уровня по отрасли. Это заставит других предпринимателей переналадить производство и выпускать хорошо зарекомендовавший себя товар. При этом предприниматели предложат его по более низкой цене в целях привлечения покупателей. Со временем пред­ложение данного вида продукции удовлетворит спрос, рынок станет насы­щенным, а цены стабилизируются на определенном уровне. Если же производителя новейшего вида продукции постигнет на бирже неудача, т.е. товар не будет пользоваться спросом, цена пойдет вниз и будет падать до тех пор, пока данная товарная партия не окажется реализованной. Вследствие несбалансированности спроса и предложения покупатели или продавцы реального товара бывают не готовы к совершению акта купли-продажи. Тогда спрос или предложение временно поддерживают посредники, которые через механизм хеджирования снимают риски от последующего по­нижения или повышения цен и обеспечивают достаточную прибыль.

#### 3. Маркетинг биржевых услуг

Современная организация биржевой торговли имеет специфику на каж­дом отдельном рынке. Наиболее распространенной ее формой для биржевых товаров является *посреднический рынок**.,* называемый также телефонным, телефаксным, телетайпным, свободным. Эволюция посреднического рынка в результате усиления конкуренции других форм сбыта, увеличения концентрации и централизации капитала в торговле, развития транспорта и средств связи, неустойчивости экономики и ряда других факторов привела к фор­мированию современного телефонно-телексного рынка. Его центрами явля­ются ассоциации торговцев, которые разрабатывают типовые контракты, обеспечивающие стандартизацию условий торговли. Типовые контракты позволили широко использовать современные средст­ва связи для заключения сделок. Благодаря им телекс и телефакс в насто­ящее время считаются таким же законным подтверждением факта заключе­ния сделки, как и письменный договор. Важную роль в формировании со­временного телефонно-телексного рынка сыграло развитие фьючерсной бир­жевой торговли. В результате возникла возможность заключать большую часть сделок по телексу или телефаксу на основе биржевых котировок и с использованием механизма фьючерсных бирж в целях хеджирования.

Посредники имеют линии прямой телексной и телефаксной связи как со своими отделениями и филиалами, так и с потребителями, поставщиками и перепродавцами из других стран, где есть посреднические рынки. Мгновен­ная связь, доступная всем фирмам, способствует установлению тесных от­ношений рынков отдельных стран, интегрируя их в единый мировой телефонно-телексный рынок. Благодаря этому посредникам удастся снизить издер­жки обращения и повысить свою конкурентоспособность по сравнению с другими участниками торговли.

Кроме торгово-посреднических услуг в сфере телексной и телефаксной связи, в маркетинге используются товарообменные операции.

*Товарообменные операции* на бирже могут выполняться как с участием биржевых посредников, так и самостоятельно с последующей регистрацией их в качестве биржевых сделок. Пропорции обмена устанавливают обмени­вающиеся стороны, при этом биржевой посредник (брокер) информирует о сложившихся пропорциях на момент сделки.

у На биржу представляется для обмена продукция, которая является соб­ственностью предприятия из числа произведенной или сверхнормативной и неиспользуемой, за исключением продукции, свободная реализация которой ограничена или запрещена. Представители посетителей биржи дают заказ на обмен биржевому посреднику (брокеру) в момент биржевых торгов. Бро­кер заносит заказ в журнал (вводит в информационно-поисковую систему) и ищет варианты обмена по предварительным заказам или заказам, сделки по которым не состоялись в предыдущие торги. При отсутствии таковых биржевой посредник высвечивает на табло вариант обмена (при отсутствии табло вариант обмена подается голосом). Контрагент, которому подошел вариант обмена, ставит в известность биржевого посредника. Последний регистрирует сделку в журнале и передает документы в регистрационное бюро. В случае отсутствия контрагентов по обмену заказ снимается или сохраняется в информационно-поисковой системе для дальнейшего поиска (только для членов биржи и постоянных посетителей).

Биржевой посредник от имени биржи может заключать с постоянным клиентом договор поручения (комиссии), в соответствии с которым обязуется за определенное вознаграждение обменять товар в интересах клиента. В этом случае присутствие полномочного представителя клиента на биржевом торге необязательно.

Типовые контракты унифицируют разделы, касающиеся качества, упаковки, возможных ус­ловий поставки, страхования, документации, форсмажора и т.п.

Заказ на товарообменные операции состоит из двух частей. В первой части указана продукция, представляемая для обмена. В ней содержатся наименование продукции, предлагаемый к обмену объем, срок поставки (в случае, если предлагается к обмену продукция, которая еще не произведена), условия поставки и реквизиты предприятия-владельца. Во вторую часть включены те же данные на продукцию, которая необходима предприятию. Отдельно указываются пропорции обмена и условия расчетов.

В случае, если заказ сохраняется для дальнейшего поиска обмена, уча­стник указывает срок, в течение которого он гарантирует наличие товара. Если в течение данного срока товар будет обменен вне биржи, то заказчик обязан поставить об этом в известность биржевого посредника. За несоб­людение срока хранения товара и неинформирование биржевого посредника о его отсутствии биржа может наложить на заказчика штраф в размере, установленном Биржевым комитетом.