

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Маёров Андрей Николаевич,

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова
(г. Могилев, Республика Беларусь)

В статье рассмотрены особенности функционирования системы сбыта продукции сельского хозяйства на современном этапе. Определена роль государства в период перехода к рыночной системе предприятий агропромышленного комплекса (далее – АПК). Приведены формы сбыта сельхозпродукции, дана их краткая характеристика.

На современном этапе развития экономики производители сельскохозяйственной продукции становятся всё более зависимы от рынка. Так как в условиях рыночных отношений для товаропроизводителей весьма актуальной проблемой является реализация своей продукции. Рынок в этом случае выступает связующим звеном между потребителями и товаропроизводителем.

лями. В сбытовой деятельности сельхозпредприятий важную роль играет выбор правильного канала сбыта продукции конечному потребителю. Если выбор сделан верно, то это путь к улучшению экономического состояния предприятия.

Также важной проблемой является финансовая поддержка сельскохозяйственных производителей. Поэтому от решения этой проблемы зависит дальнейшее развитие сельского хозяйства. Как и во многих странах мира в период перехода к рыночной системе, одним из источников финансовой поддержки сельхозпредприятий является государство. Государство должно оказывать помощь в разных формах, например: целевые бюджетные поступления, льготное налогообложение, корректировка закупочных цен, компенсации и дотации. Всё это позволит не допустить спада производства сельскохозяйственной продукции и обеспечить рынок отечественным продовольствием. В последние годы сельское хозяйство хорошо адаптировано к разного рода природным явлениям и их непостоянству, однако приспособиться к рынку пока не получается. В хороший урожайный год сельхозпроизводитель получает большой объем продукции, а рынок реагирует на это негативно по отношению к производителю: падает цена на продукцию. Это говорит о том, что возросло значение маркетинга, деятельность которого направлена на изучение рынка, ускорение продвижения продукции, ее реализацию с наибольшей прибылью. На самих сельхозпредприятиях маркетинг развит не достаточно хорошо, что обостряет проблему. Поэтому для современных рыночных условий хозяйствования в каждом регионе страны в системе структур АПК необходимо создание маркетинговых служб и подразделений. Это повысило бы уровень эффективности системы сбыта продукции АПК [1].

Сельхозпроизводство имеет ряд факторов, которые оказывают влияние на структуру отрасли и отношения между субъектами производства. Важнейшие из них заключаются в следующем: производство ведётся вне контролируемых человеком условий; процесс воспроизводства в сельском хозяйстве тесно связан с биологическими процессами и живыми организмами; большой объём продукции не подлежит долгому хранению; сроки производственных процессов ограничены; невысокий уровень производительных сил [2].

Вложение капитала в аграрный сектор обуславливает рискованность, связанную в большей степени с природными условиями. Сельхозпроизводители не могут в полной мере управлять и контролировать объём и качество продукции. При благоприятных природно-климатических условиях товаропроизводитель может получить конкурентные преимущества на рынке, при плохих, наоборот, уменьшается ожидаемое количество продукции, снижается качество и конкурентоспособность [3].

Система реализации продукции сельского хозяйства имеет существенные отличия от систем других отраслей. Это обусловлено спецификой сельскохозяйственного производства и его продукции, которая проявляется в закономерностях функционирования системы реализации (табл.).

Особенности функционирования системы реализации продукции сельского хозяйства

Специфика производства	Особенности функционирования системы реализации
Зависимость от природно-климатических условий	Разработка моделей производственно-сбытовой деятельности с ориентировочными расчетами
Гарантированный спрос на сельскохозяйственную продукцию	Диверсификация производства, формирование горизонтальных и вертикальных рыночных структур
Большой объем скоропортящейся продукции	Необходимость развития системы хранения, переработки, реализации в максимально сжатые сроки
Производство одного вида продукции многими товаропроизводителями	Небольшая доля рынка обуславливает незащищенность отдельного товаропроизводителя
Сосредоточение потребителей в городах и агломерациях	Необходимость развития посреднической сети
Особая важность социальных аспектов развития села	Высокая потребность в государственном регулировании

В процессе продвижения сельскохозяйственной продукции на рынок во взаимодействие вступают такие группы субъектов, как предприятия сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, предприятия производственной инфраструктуры, которые выполняют функции по заготовке, хранению, транспортировке, товарному обеспечению и розничной реализации продукции потребителю.

Формирование эффективной рыночной системы реализации сельхозпродукции связано с выбором наиболее эффективных форм и каналов её реализации, определением потенциальных покупателей, увеличением объемов сбыта, снижением издержек и повышением конкурентоспособности товаров.

На аграрном рынке в настоящий момент используются следующие основные формы товародвижения:

- контрактация сырья и свежих продуктов у сельхозпредприятий и фермеров промышленными и торговыми компаниями;
- сбыт продукции на оптовых рынках, ярмарках, поставка этой продукции на предприятия переработки и в магазины без предварительного заключения контрактов;

- биржевая торговля;
- продажа сельскохозяйственной продукции непосредственно на предприятии крупным посредникам и оптовикам;
- продажа продукции государственным организациям и общественному питанию.

Каждая из данных форм имеет свои достоинства, сравнительный анализ которых позволит выбрать оптимальный канал реализации продукции в зависимости от вида продукции и ситуации на рынке.

Список источников

1. Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 185 с. – ISBN 978-985-6972-21-1
2. Методические рекомендации по формированию эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина [и др.]. – Минск : Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 43 с.
3. Каналы распределения и посреднические организации. Общая теория маркетинга. Популярно о маркетинге Markets – Web.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.markets-web.ru>. – Дата доступа: 15.11.2020.