

*Е.М. Захарчук, 5курс**Научный руководитель— И.В. Мирочицкая, к.э.н., профессор
Белорусский государственный экономический университет*

С развитием рыночных отношений значительно расширяется экономическая свобода товаропроизводителей, работающих на аграрном рынке, формируется конкурентная среда и многоканальная система сбыта продукции, которая приходит на смену монополизму государственных заготовительных организаций, перерабатывающей промышленности и торговли. Современная система сбыта аграрной продукции, помимо традиционных каналов реализации, характеризуется расширением продаж на рынках, через собственную торговую сеть, предприятиям общественного питания, заготовительным организациям и другим оптовым звеньям, частным торгово-посредническим и другим структурам.

Формы реализации аграрной продукции определяются системой экономических отношений, которые складываются между товаропроизводителями и потребителями в процессе ее реализации, типом продукции (сельскохозяйственное сырье, продукты его переработки либо свежая продукция), характером потребителей (перерабатывающие предприятия, оптовики, предприятия розничной торговли и др.).

На современном аграрном рынке наибольшее развитие получили следующие формы реализации сельскохозяйственного сырья и продовольствия:

- *прямой сбыт* сельскохозяйственного сырья перерабатывающим предприятиям, свежей и переработанной продукции организациям розничной торговли на основе *предварительных договоров (заказов)*, а также реализация через собственную торговую сеть и на рынке;

- реализация произведенной продукции *оптово-посредническим структурам*, в том числе и частным, а также другим заготовительным и торгующим организациям.

В основе различий между данными формами реализации аграрной продукции лежит характер рыночных связей и экономических отношений между продавцами и покупателями. Каждая из них имеет свои достоинства, и недостатки. При реализации аграрной продукции на основе предварительных прямых договоров экономические связи между производителями и потребителями предшествуют ее производству. В этом случае объемы производства, ассортимент и качество продукции формируются заранее под запросы ее потребителей. Это обеспечивает производителю определенную стабильность в работе, гарантии сбыта произведенной продукции, возможность достижения нового качественного уровня производства. Потребитель имеет возможность приобрести продукцию, соответствующую его запросам на основе исследования рынка и потребительских предпочтений. Это особенно важно для рынка продовольствия, который характеризуется многообразием контрагентов, продающих и покупающих как сырье, так и готовую продукцию и предъявляющих требования к приобретаемой продукции в зависимости от ее специфики (глубина переработки, срок реализации и др.). Вместе с тем, данная форма сбыта продукции не в полной мере учитывает изменение рыночной конъюнктуры цен, появление конкурентов и других факторов, поскольку условия реализации формируются заранее, а выполнение заказа требует определенного срока. Поэтому такие вероятности должны быть учтены в содержании заключаемых прямых договоров с целью снижения рисков от неблагоприятных исходов.

По системе прямых договоров целесообразно реализовать молоко и скот на переработку, свежую малотранспортбельную и скоропортящуюся продукцию (картофель, овощи, плоды и ягоды) непосредственно в торговую сеть. Для организаций, испытывающих в условиях нарастающей конкуренции затруднения с закупкой сырья и сбытом готовой продовольственной продукции, важно заранее сформировать выгодный портфель заказов и предварительно заключить соответствующий договор, обеспечив тем самым стабильность в работе. Вместе с тем, данная форма сбыта продукции не в полной мере учитывает изменение рыночной конъюнктуры цен, появление конкурентов и других факторов, поскольку условия реализации формируются заранее, а выполнение заказа требует определенного срока. Государство должно выступать в качестве равноправного субъекта аграрного рынка и формировать заказы на закупку сельскохозяйственного сырья или продовольствия для удовлетворения своих государственных нужд, размещая их на конкурсной основе.

Услуги посредников и оптовых звеньев на продовольственном рынке целесообразно использовать тогда, когда рынок разбросан географически, имеет много производителей и потребителей (зерно, картофель, овощи) и требует создания разветвленной сбытовой сети, баз хранения. В этом случае может иметь место экономия транспортных расходов. Посредниками обычно являются оптово-закупочные базы, заготовительные организации, розничная торговля, частные предприниматели. Через посредников выходят на рынок те производители продовольствия, которым в силу специфики производства целесообразнее вкладывать свободные финансовые средства непосредственно в его расширение и модернизацию, создание новых товаров, нежели осуществлять прямые рыночные операции. Эта форма реализации продовольственной продукции характеризуется тем, что в процессе ее производства, как правило, не известен конкретный покупатель, а известен лишь определенный сегмент рынка. Потребители продукции и цена на нее выявляются в процессе купли-продажи. Экономические связи между производителями и потребителями устанавливаются после производства продукции. При такой форме ее реализации эффективность сбытовой деятельности во многом зависит от спроса и конъюнктуры цен, которая может сложиться и не в пользу производителя. При этом значительно снижаются гарантии сбыта, растут риски, особенно когда не проводятся маркетинговые исследования рынка. Экономические отношения производителей сельскохозяйственного сырья и продовольствия с покупателями должны закрепляться договорами, которые являются составной частью всей системы производственно-сбытовых отношений.

Одним из важнейших направлений формирования рыночной системы реализации сельскохозяйственной продукции и продовольствия является развитие *оптовой торговли* и создание *оптовых рынков*, которые призваны заменить действовавшую ранее планово-распределительную систему. Они должны стать надежным каналом продвижения аграрной продукции к потребителям, развития торговых связей, важным инструментом укрепления рыночных отношений и повышения доходности субъектов рынка.

Оптовые рынки являются крупными источниками поставок продовольственных товаров организациям розничной торговли и предприятиям общественного питания, расположенным в больших городах, другим спецпотребителям, а также могут быть поставщиками сырья для перерабатывающих предприятий и осуществлять экспортно-импортные торговые операции на продовольственном рынке.

Создание оптовых продовольственных рынков может осуществляться товаропроизводителями и действующими закупочно-сбытовыми структурами на кооперативно-долевой основе, или в виде открытых акционерных обществ. Учредителями могут стать областная, или районная администрация, мэрия города, Министерство сельского хозяйства и продовольствия и его областные и районные подразделения, облпотребсоюз, региональные филиалы Белагропромбанка, крупные сельскохозяйственные и перерабатывающие организации, частные предпринимательские структуры.

Список использованных источников

1. З.М. Ильина, И.В. Мирочичкая. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Учебное пособие.- Мн: БГЭУ, 2001.-226с.
- 2.. Организация системы сбыта сельскохозяйственной продукции. Учебное пособие/ Коллектив авторов: З.М. Ильина, П.В. Лещиловский, И.В. Мирочичкая и др. – Мн: БГЭУ-Пинский филиал, 2001.-180 с.