

УДК 631.155.2:658.8:338.49

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ СБЫТА

Н. Г. Тесленок

Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларуси,
г. Минск, Республика Беларусь

The creation of a marketing infrastructure of republic is characterized by simultaneous conversion created before its units and becoming of new units in essence distinguished from a traditional infrastructure.

Особое место в составе рыночной инфраструктуры занимает инфраструктура сбыта. Деятельность различных институтов сбытовой инфраструктуры обеспечивает транспортировку, складирование, размещение в магазинах, доставку покупателям, наконец, саму продажу товара.

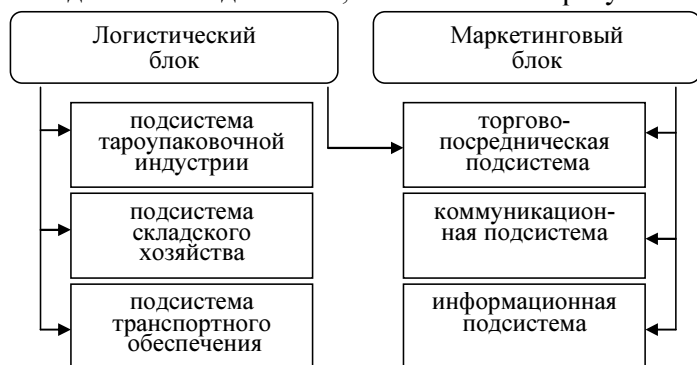
Таким образом, сбытовая инфраструктура представляет собой вспомогательную подсистему, обслуживающую процесс доведения продукции предприятий – субъектов рынка до потребителя и обеспечивающую обратную связь производителя с потребителем.

От степени развития такой вспомогательной подсистемы зависит не только эффективность сбытовой деятельности субъектов рынка, но и непрерывность воспроизводственного процесса в целом, поскольку именно сбытовая инфраструктура обеспечивает комплекс условий как для закупки средств производства, так и для сбыта готовой продукции.

Как подсистема национальной экономики с множеством объектов, субъектов, уровней инфраструктура сбыта формируется под влиянием двух групп факторов: отраслевых (специфика реализуемого товара, тенденции развития отрасли и др.) и региональных (особенности размещения соответствующего производства, социально-демографическая структура и потребительские предпочтения населения, природно-климатические условия и др.).

Экономическое содержание сбытовой инфраструктуры определяется ее основными функциями: установлением контактов, ведением переговоров; организацией физического товародвижения, т. е. транспортировкой и хранением товаров; предпродажным сервисом (сортировкой, сборкой, упаковкой); формированием спроса и стимулированием сбыта; финансовым покрытием издержек по распространению товаров; сбором и распространением маркетинговой информации; принятием торгового и других видов риска.

Реализация указанных функций осуществляется с помощью элементов инфраструктуры, объединенных в два блока, что показано на рисунке.



Элементы сбытовой инфраструктуры

Торгово-посредническая подсистема занимает в сбытовой инфраструктуре особое место, поскольку выполняет организационную функцию по обеспечению товародвижения, является связующим звеном между остальными подсистемами и может выполнять функции любой из них. Она состоит из предприятий оптовой и розничной торговли.

При оптовой торговле продовольственные товары закупаются крупными партиями, как правило, сбытовыми и

посредническими организациями с целью последующей перепродажи предприятиям розничной торговли или другим оптовым организациям.

В Республике Беларусь первичный рынок сельскохозяйственного сырья и продовольствия в большей части представлен традиционными оптовыми структурами. Это в первую очередь прямые поставки заготовительным организациям (заготовительным пунктам, базам, хранилищам, элеваторам) или перерабатывающим предприятиям. Государству принадлежит пока преобладающее количество промышленных предприятий по переработке зерна, сахарной свеклы, технических культур, молока, мяса, овощей и фруктов. Некоторую роль на рынке сельскохозяйственной продукции играет потребительская кооперация.

Вместе с тем резко уменьшилась роль традиционной оптовой торговли готовым (переработанным) продовольствием. В последние годы в этом звене происходит упрощение продуктовых цепочек, увеличивается доля прямых поставок продукции от производителя к потребителю.

Одним из каналов реализации продукции в этом звене стали оптовые продовольственные рынки – их деятельность ориентирована на обслуживание участников оптовых торгов. При соответствующей политике ценообразования на продовольствие оптовые продовольственные рынки могут стать серьезными конкурентами импортерам продовольствия и важным средством развития внутрирегиональных и межрегиональных связей и повышения за счет этого доходов хозяйствующих субъектов рынка. При этом следует отметить, что цены на оптовых рынках являются ориентиром для всех других каналов сбыта пищевой продукции, а также средством установления государством гарантированных цен.

В настоящее время на рынке готовой продукции некоторое значение приобретают мелкооптовые магазины-склады. Закупки для них ведутся напрямую с пищевых предприятий и ориентированы на обеспечение мелких потребителей: владельцев палаток, торговых лотков,купающих продовольственные товары небольшими партиями. Эти магазины отличаются высоким товарооборотом с минимальными эксплуатационными расходами, так как не имеют традиционных комплектовочных, экспедиционных помещений и дорогостоящего подъемно-транспортного и погрузочно-разгрузочного оборудования.

В условиях формирования рыночной инфраструктуры сбыта происходит процесс становления новых структур – товарных бирж, торговых домов, зоны свободной торговли и др. Однако развитие биржевой деятельности и других форм рыночной торговли сдерживает отсутствие нормативных актов, регулирующих их правовое положение. Поэтому создание акционерного общества «Белорусская агропромышленная биржа» не принесло ощутимой выгоды производителям и не обеспечило необходимого повышения товарности и эффективности сбыта сельскохозяйственной продукции.

Тенденция к увеличению роли частных посредников в наибольшей степени проявляется на рынке розничной торговли продовольствием. Именно здесь возникли первые частные рыночные структуры, резко увеличилось число каналов закупок продукции и снизилось значение традиционных каналов. Постепенно происходит преобразование самих институциональных структур продовольственного комплекса, создаются новые современные формы торговли: цепочки магазинов, объединения под общей торговой маркой розничных магазинов и общепита, слияние розничного звена с перерабатывающими предприятиями. Кроме того, розничную торговлю осуществляют предприятия оптовой торговли, различные заготовительные пункты, причем розничная торговля нередко является дополнением к основной деятельности.

Сложившаяся система розничной торговли Республики Беларусь характеризуется значительно развитой мелкорозничной сетью, включая уличную торговлю, большой долей мелкооптовых розничных открытых рынков. Однако последние несколько лет активно стала меняться структура розничной торговли крупнейших городов республики. Основным направлением становится развитие таких форм торговли, как супермаркеты и гипермаркеты. Большое значение в сбыте готовой продукции приобретают «фирменные» магазины, которые находятся в непосредственной близости от потребителя и которым легче выявить спрос. К тому же предприятие получает ту часть прибыли, которая обычно приходится на систему торговли.

Отмеченные преобразования, несомненно, являются положительной тенденцией в формировании рыночной экономики. Вместе с тем в настоящее время для Беларуси характерно общее

недостаточное развитие рыночной инфраструктуры, в том числе и сбытовой, значительные различия в уровне ее развития между регионами, а также неравномерность и несбалансированность развития различных элементов рыночной инфраструктуры.

В перспективе для формирования эффективной инфраструктуры сбыта в условиях переходного периода целесообразно развитие вертикально-интегрированных форм реализации сельскохозяйственной продукции, таких как кооперативы по реализации продукции, ассоциации, агрофирмы, агрокомбинаты по производству, переработке, транспортировке и сбыту продукции. Наряду с указанными формами для успешного развития отрасли необходимо наличие открытой системы сбыта, включающей агробиржи, ярмарки, аукционы, оптовые базы и рынки, торговые дома и магазины.

Проблема развития сбытовой инфраструктуры становится тем более актуальной в связи с развитием процессов глобализации и интеграции Беларуси в мировое экономическое сообщество.

Республика Беларусь готовится вступить во Всемирную торговую организацию. В качестве положительного момента данного процесса можно отметить создание условий для свободного выхода отечественных товаропроизводителей на мировой рынок. С другой стороны, это означает, что рынки республики будут открыты для иностранных товаров и услуг, по отношению к которым белорусские товары часто неконкурентоспособны. Таким образом, усиливающаяся конкуренция со стороны зарубежных производителей и импортных товаров на внутреннем рынке актуализирует задачу повышения эффективности организации сбытовой деятельности республики.

Литература

1. Гончаров В. Д., Ибрагимов А. И., Рассуханов У. А. Маркетинг в пищевой промышленности. – Москва: Пищепромиздат. – 2005. – 210 с.
2. Гуськова Н.Д. Формирование рыночных отношений и инфраструктуры в регионе. – Саранск: Издательство Мердов. Университета. – 2005. – 104 с.
3. Котов Н. Г., Зарипов И. Ш., Хаметова А. Р., Кувшинов А. И. Экономические проблемы реализации сельскохозяйственной продукции в условиях развития рыночных отношений. – Оренбург: Издат. Центр ОГАУ. – 1998. – 172 с.
4. Рынки сырья и продовольствия в условиях глобализации / Под ред. д.э.н., проф., чл.-кор. НАН Беларуси З. М. Ильиной. – Минск: Институт аграрной экономики НАН Беларуси. – 2005. – 100 с.
5. Степаненко Д. А. Сегментация рынка при закупках сельскохозяйственной продукции и сырья // Потребительская кооперация. – 2003. – № 2. – С. 64.