

УДК 631.155.2(476.5)

Д. С. САЛОВ

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СБЫТУ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларуси

При переходе к рыночным отношениям значимую проблему для сельскохозяйственных организаций представляет отсутствие опыта реализации произведенной продукции в условиях рынка. В новых условиях задача предприятия состоит не только в производстве возможно большего количества качественной продукции, но и в более выгодной ее реализации. Эффективность коммерческой деятельности по сбыту продукции определяет результат всей хозяйственной деятельности предприятия.

Содержание коммерческой деятельности в сфере АПК включает следующие направления: организацию и управление производством; закупку материально-технических ресурсов; исследование рынков сбыта; планирование ассортимента и сбыта; организацию сбыта и коммерческое посредничество; выбор наилучшего партнера.

Коммерческая деятельность предполагает реализацию функции уравнивания спроса и предложения, производственных и сбытовых возможностей предприятия, цен на продукцию и платежеспособности потребителей, качества продукции и системы ценообразования, объемов производства и емкости рынка, затрат на производство и доходов от реализации [1]. Данная функция способствует эквивалентности материальных и финансовых потоков между производителями и потребителями, обеспечивает сбалансированность товарообмена.

Коммерческий успех во многом определяется тем, насколько удачно выбраны каналы реализации продукции, формы и методы сбыта, достаточны ли производственный ассортимент и качество продукции. В настоящее время предприятия АПК республики действуют в условиях, когда все больше проявляется свобода купли-продажи продукции, развивается конкуренция. Проблема сбыта продукции становится все более сложной, так как мало знать спрос, произвести продукцию, необходимо еще найти партнера и реализовать ему товар.

В аграрной сфере имеются все основные условия для развития коммерческой деятельности и предпринимательства:

- наличие на рынке большого количества покупателей сельскохозяйственной продукции и продовольствия;
- каждый продавец продукции сельскохозяйственного происхождения не обладает достаточным объемом предложения, обеспечивающим полную ее потребность, что способствует участию большого количества продавцов и развитию коммерции.

Низкая эффективность системы сбыта в аграрной сфере влечет за собой значительные потери сельскохозяйственной продукции при заготовке, транспортировке, переработке и хранении, которые дополняются, кроме того, потерями из-за неравномерности поставок, сезонности снабжения сырьем. Мировой опыт свидетельствует, что система сбыта должна развиваться опережающими темпами по сравнению с производством продукции, поэтому целесообразно, несмотря на финансовые трудности, как можно быстрее отказаться от остаточного принципа финансирования сбытовых программ [2].

Одним из аспектов действия рыночных факторов в последние годы стало уменьшение объемов продажи сельскохозяйственной продукции для государственных нужд и увеличение ее реализации по альтернативным, преимущественно рыночным каналам.

В настоящее время сельскохозяйственная продукция реализуется по двум основным направлениям: рынок государственных закупок и рынок прямого спроса. Государственные закупки должны выступать действенным инструментом поддержки товаропроизводителей. Они являются доминирующим каналом сбыта продукции сельскохозяйственными организациями республики, которые реализуют государству свыше 60% произведенной ими продукции.

Анализ реализации аграрной продукции по каналам сбыта (в соответствии с графами формы № 7-АПК годовых отчетов сельскохозяйственных организаций) по Витебской области за 2004 г. показал, что удельный вес продукции, реализуемой непосредственно через государственные структуры (заготовительные организации, перерабатывающие предприятия), значительно колеблется в зависимости от вида продукции. Ими закупается от 18% общего объема реализации картофеля и до 97% молока. Государственные структуры сохраняют монополизм в закупках только по некоторым видам продукции, таким как молоко и мясо. Через эти каналы сбыта сельскохозяйственные предприятия реализуют более 66% мяса. Доля других видов продукции, реализуемых хозяйствами на свободном рынке, имеет тенденцию к увеличению. Наиболее значительный рост объемов сбыта продукции товаропроизводителями самостоятельно, минуя государственные структуры и потребкооперацию, произошел по картофелю, овощам и зерну.

Анализ сбыта продукции государству, проведенный по сельскохозяйственным организациям Витебской области,¹ позволил выявить следующую закономерность: вместе с ростом выручки от реализации сельскохозяйственного сырья и продовольствия снижается доля продукции, продаваемой государственным структурам, и увеличивается доля других каналов товародвижения.

Стремление аграрных товаропроизводителей выгодно реализовывать произведенную продукцию, с одной стороны, и проблемы со сбытом, с другой, подвигают сельскохозяйственные предприятия к активному поиску и освоению новых способов организации коммерческой деятельности.

Централизованная система поставок сельскохозяйственной продукции и продовольствия в Беларуси в последние годы трансформируется в многоканальную рыночную систему их продажи. Получила свое применение такая форма реализации сельскохозяйственной продукции, как фирменная торговля.

Значительно возросло количество собственных магазинов в сельскохозяйственных организациях Витебской области: в 2002 г. – 18, 2003 г. – 19, 2004 г. – 37, т. е. по сравнению с 2002 г. их прирост составил более 50%. Так же наблюдается тенденция роста магазинов, получивших статус «фирменный»: в 2002 г. – 7, 2003 г. – 8, 2004 г. – 27. Собственная торговая сеть позволяет предприятиям получать некоторое количество необходимых оборотных средств; налаживать прямой контакт с конечными потребителями сельскохозяйственной продукции, что является значимым фактором в выработке ассортимента предлагаемой продукции, в разработке сбытовой политики производителей. Хотя доля розничного товарооборота в выручке от реализации продукции сельскохозяйственных организаций не превышает одного процента, тем не менее построение собственных торговых сетей является положительным элементом в интенсификации коммерческой деятельности аграрных предприятий.

Низкая эффективность коммерческой деятельности сельскохозяйственных организаций по сбыту, кроме проблем экономического характера, объясняется также незнанием методов организации работы на рынке; неумением, а зачастую и нежеланием ориентироваться и активно действовать на нем. Основные причины трудностей с организацией эффективной коммерческой работы на аграрном рынке состоят в том, что сами сельскохозяйственные товаропроизводители не приспособлены к рыночным условиям хозяйствования и рынок сельскохозяйственной продукции и сырья находится в процессе становления.

Предоставление производителям аграрной продукции большей свободы в выборе контрагентов по сделкам на рынке при отсутствии соответствующей инфраструктуры не позволил им в большинстве своем отказаться от существовавших ранее, а порой и недостаточно эффективных каналов сбыта, из-за отсутствия альтернативы и нежелания брать на себя риски, связанные с налаживанием новых производственно-экономических связей.

¹ Анализ проводился на основе данных годовых отчетов сельскохозяйственных организаций Витебской области.

Тем не менее нашими исследованиями установлено, что в настоящее время в Республике Беларусь формируются новые формы и методы организации сбыта продукции сельскохозяйственных товаропроизводителей. Функционирование рыночной системы сбыта предполагает скоординированность движения товаров, развитие конкуренции и механизма ценообразования с учетом спроса и предложения.

Кроме того, совершенствование сбыта сельскохозяйственной продукции должно вестись по следующим направлениям:

- интеграция и кооперация предприятий АПК с целью создания замкнутого технологически-сбытового цикла: производство – переработка – сбыт, что позволит снизить количество посредников и удешевить продукцию;
- развитие форм оптовой торговли продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, в том числе биржевой торговли и аукционов, что в некоторой степени расширит свободу выбора для аграрных предприятий;
- расширение договорных форм сбыта на основе контрактации;
- модернизация организационно-технологической базы систем сбыта;
- совершенствование методов и расширение практики применения государственных интервенций и госзаказов как важного механизма регулирования внутреннего рынка.

Литература

1. Г у с а к о в В. Г. Экономическая реформа и предпринимательство: эффективные методы. Мн., 2001. С. 173–174.
2. К р а с н о в а В., М а т в е е в а А. // Эксперт. 1998. № 14. С. 42–45.

D. S. SALOV

SALES COMMERCIAL ACTIVITY OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS IN VITEBSK REGION

Summary

The significant role of sales activity as a factor improving the efficiency of operation of agricultural organizations is described in the article. The existing structure of trade channels of agricultural products (Vitebsk region serves the example) is analyzed. Taking into consideration the international experience of some directions of the improvement of the system of goods sales of agricultural enterprises are found out.