

3. Миксюк, С.Ф. Среднесрочная модель межотраслевого баланса переходной экономики Республики Беларусь / С.Ф. Миксюк // Вестник БГЭУ. — 1999. — № 3. — С. 35—43.
4. Леонтьев, В.В. Межотраслевая экономика / В.В. Леонтьев. — М.: Экономика, 1997.
5. Миксюк, С.Ф. Имитационная макро модель анализа и среднесрочного прогнозирования белорусской экономики / С.Ф. Миксюк // Белорус. экон. журн. — 2003. — № 3. — С. 79—88.
6. Багриновский, К.А. Имитационное моделирование переходной экономики / К.А. Багриновский // Управление экономикой переходного периода. — 1998. — № 2. — С. 216—243.
7. Кравцов, М.К. Производственные функции в экономике переходного периода / М.К. Кравцов, Н.Н. Шинкевич // Экон. бюл. — 2006. — № 4.
8. Миксюк, С.Ф. Концептуальные и методические подходы к среднесрочному прогнозированию промышленного комплекса Республики Беларусь / С.Ф. Миксюк, И.А. Телеш // Белорус. экон. журн. — 2008. — № 1.
9. Миксюк, С.Ф. Влияние импорта на темпы роста белорусской экономики: методические подходы к оценке и результаты расчетов / С.Ф. Миксюк, М.В. Глушень, Л.Ю. Германович // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: материалы 8-й междунар. науч. конф., Минск, 18—19 окт. 2007 г. — Минск: НИЭИ Минэкономки РБ, 2007. — С. 16—19.
10. Бурдыко, Н.М. Эконометрические модели анализа и прогнозирования основных показателей платежного баланса Республики Беларусь / Н.М. Бурдыко // Белорус. экономика: анализ, прогноз, регулирование. — 2004. — № 11. — С. 29—40.

И.В. Мирочицкая,

кандидат экономических наук, профессор

РАЗВИТИЕ РЫНОЧНЫХ ФОРМ СБЫТА АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Создание эффективной рыночной системы распределения сельскохозяйственной продукции и продовольствия является стратегическим направлением государственной продовольственной политики. 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. Однако слабо развитая инфраструктура продовольственного рынка и наличие мелких, порой неэффективно работающих посреднических звеньев снижают эффективность сбыта произведенной продукции, так как сельские товаропроизводители при этом зна-

чительно теряют в цене. Одновременно необоснованно завышается конечная цена продовольственных товаров, особенно при использовании услуг частных посредников, что существенно снижает покупательную способность и платежеспособный спрос населения. Проблема сбыта аграрной продукции также усложняется из-за несовершенства существующего ценообразования, разрушения прежних связей между производителями и потребителями продукции, отсутствия необходимой информации о состоянии рынка.

Становится очевидным, что сегодня важно не только изучить спрос и произвести продукцию в соответствии с запросами промежуточных и конечных потребителей, но и выбрать наиболее эффективную форму и каналы ее реализации, найти надежных партнеров в сфере сбыта. Хорошо налаженный и гарантированный сбыт произведенной аграрной продукции является важнейшим условием повышения финансовой устойчивости товаропроизводителей. Выбор, который сделает предприятие в отношении форм и каналов сбыта, самым непосредственным образом влияет на остальные решения в области сбытовой деятельности: расширение объемов продаж, снижение издержек, политику цен, выбор посредников, систему взаиморасчетов, условия и сроки договоров, создание соответствующих служб, подготовку кадров.

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 колхозном рынке;
- реализация произведенной продукции *оптово-посредническим структурам, в том числе и частным, а также другим заготовительным и торговым 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, сравнительный анализ которых позволяет выбрать оптимальный канал реализации в зависимости от вида и назначения продукции, сложившейся ситуации на рынке, воздействия элементов внутренней и внешней среды, маркетинговой деятельности.

При реализации аграрной продукции по системе предварительных заказов на основе 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, а потребитель имеет возможность приобрести продукцию, соответствующую его запросам, на основе исследования рынка и потребительских предпочтений. Данное условие особенно важно для рынка продовольствия, который характеризуется многообразием его 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.) и их рыночной деятельности. 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. Это должно быть учтено при заключении прямых договоров с целью снижения рисков от неблагоприятных исходов.

Прямые договорные связи играют ведущую роль при реализации сельскохозяйственного сырья для последующей переработки или при поставке свежей продукции непосредственно в торговую сеть. По системе прямых договоров целесообразно реализовывать молоко и скот на переработку, свежую малотранспортабельную 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.

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. На формирование экономических связей между другими субъектами рынка государство должно воздействовать не прямо, а косвенно — с помощью налогов, кредитов, субсидий, дотаций и других регулирующих функций и инструментов.

На продовольственном рынке активное развитие получает форма сбыта, которая включает посреднические звенья. Использование услуг посредников и оптовых звеньев целесообразно в том случае, если рынок разбросан географически, имеет много производителей и потребителей (зерно, картофель, овощи) и требует создания разветвленной сбытовой сети, баз хранения, а использовать собственные денежные средства на эти цели товаропроизводителям не выгодно. В этом случае в первую очередь экономятся транспортные расходы.

Посредниками обычно являются оптово-закупочные базы и другие заготовительные организации, холодильники, организации розничной торговли, частные предприниматели. Через них 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. Данная форма реализации продовольственной продукции характеризуется тем, что в процессе ее производства, как правило, известен не конкретный покупатель, а 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 в тех случаях, 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. Договоры по поставкам и закупкам сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров не только регулируют взаимоотношения партнеров в сфере снабжения и сбыта, но и непосредственно влияют на процесс производства, сказываются на его характере. При этом воздействие договора на производство может осуществляться как путем установления в нем обязательств, прямо и непосредственно касающихся производственной деятельности контрагентов, так и посредством согласования сторонами условий своих взаимоотношений в сфере обмена, которые затем учитываются каждым из них в процессе работы самостоятельно.

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.

Оптовые продовольственные рынки могут создаваться 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. Состав учредителей может расширяться на сугубо добровольной основе. На начальном этапе создания оптовых рынков целесообразно, чтобы в их уставном фонде доля государства составляла не менее 51 %, муниципальной собственности — 25—30 %, так как в этом случае будет осуществляться государственный контроль за деятельностью оптового рынка и ограничиваться использование его услуг в коммерческих целях. В будущем приоритеты и контрольный пакет акций должны быть за сельскохозяйственными товаропроизводителями и перерабатывающими организациями.

Государственное регулирование деятельности оптовых рынков должно быть направлено на стимулирование производства сельскохозяйственной продукции, гарантирование уровня доходности сельских товаропроизводителей и переработчиков, обеспечивающего возможности расширенного воспроизводства, поддержание спроса на продовольственные товары, развитие инфраструктуры рынков. Инструментами государственного регулирования могут быть: стабилизационный фонд аграрной продукции, на основе которого можно проводить прямые товарные интервенции для регулирования цен (установление гарантированных цен); правовая регламентация условий торговли; контроль качества продукции и защита потребителей. В целях активизации работы по созданию оптовых рынков и успешного их функционирования может быть предусмотрено частичное бюджетное финансирование, льготное, долгосрочное инвестиционное кредитование, залоговые операции.

Мировой опыт показывает, что создание оптовых рынков является первым и необходимым этапом перестройки каналов товародвижения. Дальнейшее их развитие может происходить в направлении укрупнения и углубления специализации. Наиболее крупные оптовые рынки могут быть трансформированы в товарные биржи, где возможно не только проведение сделок с наличным товаром, но и заключение фьючерсных контрактов, предусматривающих покупку или продажу товара при условии его поставки в будущем. При этом товарные биржи должны осуществлять котировку цен и страхование (хеджирование) участников торгов от их резкого колебания. Такая форма сбыта аграрной продукции может быть весьма предпочтительной для сельских товаропроизводителей, поскольку период ее производства и реализации ввиду особенностей сельскохозяйственного производства значительно растянут по времени, в течение которого могут происходить значительные изменения в рыночной ситуации и условиях сбыта.

Таким образом, переход агропромышленного комплекса к рыночной экономике требует совершенствования системы сбыта продукции, предполагающей создание рыночной инфраструктуры и развитие соответствующих ей организационных форм товародвижения, обеспечивающих формирование конкурентной среды в сфере сбыта.