

## ФОРМЫ СБЫТА АГРАРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ МОГИЛЁВСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

А. Н. МАЁРОВ

Могилёвский государственный университет имени А. А. Кулешова,  
г. Могилев, Республика Беларусь, 212002, e-mail: maerovy.family@mail.ru

(Поступила в редакцию 07.07.2020)

*В данной статье отведена важная роль аграрному сектору в экономике любой страны. Повышение эффективности сельскохозяйственного производства и сбыта продукции является главной целью государственной программы, которая была утверждена Советом Министров 11 марта 2016 года Постановлением 196. Сбыт сельскохозяйственной продукции и сырья в Могилёвской области в основном направлен на предприятия переработки и государственные закупки. В статье автор затронул и другие формы реализации продукции. Определена роль государства в управлении агропромышленным комплексом Республики Беларусь и государственными закупками. В основной части статьи проведены данные объемов произведённой продукции сельхозпредприятиями Могилёвской области. В большей степени сельхозпредприятия области сосредоточили своё производство на выращивании зерна и зернобобовой продукции, картофеля, сахарной свёклы, овощей открытого и защищенного грунта, скота и птицы в живой массе, молока цельного, рыбы прудовой. Часть данной продукции поступает напрямую на рынок и реализуется через торговые сети, часть на предприятия переработки. Кроме этого, определённую долю сельскохозяйственного сырья предприятия не реализуют, а оставляют в своём распоряжении для переработки и использования в качестве кормов для животных и птиц.*

*Для более эффективной системы сбыта товаропроизводителям и государству необходимо предпринимать совместные шаги. Сельхозпредприятия и предприятия переработки должны повышать качество продукции, развивать маркетинговую деятельность, находить новые рынки сбыта, а государство, стимулировать развитие рыночной системы сбыта и реализации продукции в соответствии с действующим законодательством. В статье также указаны основные источники правового регулирования маркетинговой и сбытовой деятельностью на уровне страны, которыми обязаны руководствоваться предприятия агропромышленного комплекса при осуществлении своей деятельности. В результате исследования мы видим, что сбытовая деятельность в аграрном секторе осуществляется, в большей степени, на основе государственного регулирования рынка сельхозпродукции и рыночного механизма – маркетинга.*

**Ключевые слова:** *сбыт, государство, товар, предприятие, рынок, производство, торговля, сельскохозяйственная продукция.*

*This article assigns an important role to the agricultural sector in the economy of any country. Improving the efficiency of agricultural production and marketing of products is the main goal of the state program, which was approved by the Council of Ministers on March 11, 2016 by Decree 196. The sale of agricultural products and raw materials in the Mogilev region is mainly aimed at processing enterprises and government procurement. In the article, the author examined other forms of product sales. The role of state in managing the agro-industrial complex of the Republic of Belarus and public procurement is determined. In the main part of the article, data on the volumes of products manufactured by agricultural enterprises of Mogilev region are presented. To a large extent, agricultural enterprises of the region focused their production on growing grain and leguminous products, potatoes, sugar beets, vegetables from open and protected soil, livestock and poultry in live weight, whole milk, pond fish. Some of these products go directly to the market and are sold through retail chains, and some are processed. In addition, the enterprises do not sell a certain share of agricultural raw materials, but leave it at their disposal for processing and use as feed for animals and birds.*

*For a more efficient sales system, producers and the state need to take joint steps. Agricultural enterprises and processing enterprises should improve the quality of products, develop marketing activities, find new markets, and the state should stimulate the development of a market system for sales and realization of products in accordance with current legislature. The article also indicates the main sources of legal regulation of marketing and sales activities at the country level, which are to guide agricultural enterprises in the implementation of their activities. As a result of the study, we see that marketing activities in the agricultural sector are carried out, to a greater extent, on the basis of state regulation of agricultural market and marketing.*

**Key words:** *sales, state, goods, enterprise, market, production, trade, agricultural products.*

### Введение

Особенности управления производством и реализацией сельскохозяйственной продукции в условиях инновационного и технологического развития определяется механизмами торговли, функционированием различных типов сбытовых систем и структур, зависящих от специализации производства отдельных государств, регионов и предприятий, особенностей применительно к конкретным уровням управления сбытом товаров:

– на мировом: регулирование экспортно-импортных операций с сельскохозяйственной продукцией, связанных с ее избытком или дефицитом в отдельных странах и другими факторами внутреннего и внешнего характера;

– на национальном: обеспечение продовольственной безопасности и функционирование продовольственного рынка; на региональном (внутри страны): рациональное размещение производственных, финансовых и сырьевых ресурсов;

– на локальном: оптимизация сбыта конкретных аграрных предприятий с учетом особенностей их деятельности.

Механизм формирования эффективной сбытовой политики предприятий аграрной отрасли на внутреннем рынке основывается на совокупности форм, методов, инструментов и стратегий создания эффективных информационных и аналитических систем по продвижению продукции, обосновании прогнозных показателей и проведении мониторинга рынков сельскохозяйственного сырья и продовольствия и активной государственной политике по поддержке аграрного бизнеса.

### **Основная часть**

Аграрный сектор в экономике любой страны занимает особое место. Специфичность роли, отведённой сельскому хозяйству, обуславливается производством продуктов питания как основы жизнедеятельности людей и воспроизводства рабочей силы, производством сырья для многих видов непродовольственных потребительских товаров и продукции производственного назначения [5, с. 9].

В целях создания условий для устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь Совет Министров утвердил 11 марта 2016 г. Постановлением 196 Государственную программу развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы.

Целями государственной программы являлись повышение эффективности сельскохозяйственного производства и сбыта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, повышение их конкурентоспособности, обеспечение внутреннего рынка страны сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в необходимых объемах и надлежащего качества на основе формирования рыночных механизмов хозяйствования и развития аграрного бизнеса [4].

Система реализации сельхозпродукции имеет уже сложившуюся устойчивую структуру продвижения товара от предприятий производителей до предприятий переработки или конечных потребителей. Она имеет в своём распоряжении молокозаводы, мясокомбинаты, овощесушильные заводы, хлебоприемные пункты и др. Не смотря на такую разветвлённую структуру сбыта, всё равно основной формой реализации готовой сельскохозяйственной продукции предприятий выступают государственные закупки [2].

При невыполнении плана по договорам поставки продукции для государственных нужд, сельхозпредприятия могут потерять часть выручки, прибыли, а также будут вынуждены уплатить штрафные санкции. Кроме этого, в условиях высокой конкуренции возможна и потеря своих рынков сбыта продукции, что приведет к снижению объемов производства.

Аграрный сектор Могилёвской области является важной экономической составляющей. Вместе с предприятиями по переработке и заготовке сельхозпродукции данный сегмент экономики региона составляет почти четверть общего объема производства области.

Основная масса продукции, реализованная сельхозпредприятиями области, поступает на предприятия переработки и заготовки. Почти 30 % (в объёме производства продуктов питания, напитков и табачных изделий) предприятий специализируются на производстве молочной продукции, около 24 % на переработке и консервировании мяса и мясной продукции. Кроме этого, сельскохозяйственное сырьё проходит переработку для производства готовых кормов для животных, мукомольно-крупяной продукции, сахара, крахмала, животных и растительных масел.

Основными зарубежными торговыми партнёрами исходя из товарных потоков (молочная и мясная продукция, овощи, корне- и клубнеплоды, продукция мукомольно-крупяной промышленности), а также условий взаимной торговли для Могилёвской области, являются страны ЕАЭС. В настоящее время на их долю приходится порядка 80 % экспорта агропромышленных товаров Могилёвской области.

Зерновое производство области ориентировано как на внутренний, так и внешний рынок. Выращивается широкий ассортимент видов и подвидов пшеницы, кукурузы, крупяных культур (ячмень, овес, просо, гречиха) и белковых (люпин, горох, вика), зерно целевого назначения (ячмень пивоваренный, ячмень с повышенным содержанием белка). Расширяется производство комбикормов. В большей степени данный вид продукции реализуется по договорам государственных закупок.

Стимулом наращивания объемов производства зерна, является цена, ориентированная на мировой рынок, учитывающая потребность, как области, так и страны в целом в определенных видах зерновой продукции.

Рынок картофеля в Могилёвской области имеет специфические особенности, определяемые низкой товарностью и развитостью прямого спроса. Как правило, данная отрасль выполняет социальную функцию. Основная часть картофеля произведённого в Могилёвской области идет на производство крахмала.

Форма сбыта овощей сельхозпредприятиями Могилёвской области осуществляется по схемам «производитель – магазин – потребитель», «производитель – оптовый рынок – потребитель». Кроме этого, продукцию овощеводства у производителей закупают заготовительные предприятия по закупочным ценам, утверждённым государством для дальнейшей её реализации через торговую сеть.

В Могилёвской области спрос населения и перерабатывающей промышленности на мясо удовлетворяется за счет трех отраслей: скотоводства, свиноводства и птицеводства. На многих сельхозпредприятиях области имеются свои цеха по переработке мясной продукции и небольшие торговые сети, поэтому, кроме поставок продукции на предприятия переработки, имеет место прямая форма сбыта продукции – «производитель-потребитель». Большой объём мясных изделий в готовом виде идёт также и на экспорт, в страны ближнего и дальнего зарубежья.

Производство молока и молочных продуктов представляет собой одну из важнейших экспортно-ориентированных отраслей Могилёвской области. Почти все сельхозпредприятия области поставляют молоко в сыром виде на предприятия переработки. В регионе на данный момент работает 10 организаций, которые занимаются переработкой молока. Для этой отрасли характерна тенденция консолидации предприятий молочной промышленности: контролируемые государством мелкие и убыточные предприятия присоединяются к более крупным и эффективно работающим. Ассортимент производимой молочной продукции определяется ее востребованностью.

Производство и сбыт сельскохозяйственной продукции отличается сложностью и высокой степенью риска. Выделяются следующие особенности:

– зависимость предложения от природно-климатических условий. В силу этого товаропроизводитель должен иметь по крайней мере три программы действий: на случай благоприятных погодных условий (когда будет избыток продукции), на случай неблагоприятных погодных условий (когда будет недобор продукции) и на случай стихийных бедствий (когда будут потери продукции). Чтобы снизить степень риска, товаропроизводителю сельскохозяйственной продукции необходимо иметь страховые запасы, а также рационально сочетать растениеводство с животноводством и с производством несельскохозяйственной продукции;

– большие объёмы сельскохозяйственной продукции и непродолжительные сроки хранения многих видов требуют четкой организации маркетинга. Для сбыта продукции растениеводства и животноводства необходимы особые условия не только доставки ее к местам продаж (специфические транспортные средства и хорошие дороги), но и самой реализации (время и торговое место, место хранения и т.д.). Кроме того, на месте производства сельскохозяйственной продукции возникает необходимость организации первичной или более глубокой ее переработки, строительство оборудованных хранилищ;

– для реализации сельскохозяйственной продукции имеется целый ряд каналов сбыта: предприятия коммерческой торговли и общественного питания, рынок прямого спроса, перерабатывающие предприятия, потребкооперация, организация государственного заказа, фирменная торговля и др. [5, с. 22].

Эффективное функционирование системы сбыта предполагает совместные усилия товаропроизводителей и государства: на уровне предприятия – совершенствование каналов сбыта продукции, повышение уровня качества продукции, развитие маркетинговой деятельности, создание собственных производственно-коммерческих структур; на уровне государства – осуществление льготного кредитования товаропроизводителей, целевого финансирования, проведение государственных закупок и регулирования цен, развитие современной системы товародвижения [3, с. 115].

Государственные органы власти стимулируют развитие рыночной системы сбыта и реализации продукции сельского хозяйства, сырья и продовольствия в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

Основным источником правового регулирования маркетинговой и сбытовой деятельностью на уровне страны является Гражданский кодекс Республики Беларусь. В нём содержатся множество норм и правил, которые регулируют сбыт продукции в зависимости от области рынка, вида товара, типа потребителей и сферы предпринимательства.

Кроме Гражданского кодекса Республики Беларусь, «правила игры» создают и другие нормативные документы. Их можно классифицировать в зависимости от сферы действия:

1) Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения потребителей продукции с субъектами маркетинговой деятельности;

2) Закон «О поставках товаров для государственных нужд» и положение «О поставках товаров в Республике Беларусь» регулирует вопросы сбыта продукции;

3) Законодательство в области технического регулирования, стандартизации и сертификации, товарных знаков регулирует отношения, которые возникают в сфере маркетинговой товарной политики;

- 4) Закон «О ценообразовании в Республике Беларусь» устанавливает правовые основы государственной политики в области ценообразования;
- 5) Закон «О противодействии монополистической деятельности» регулирует отношения конкурентов в сфере маркетинга;
- 6) Закон «О рекламе в Республике Беларусь» регулирует продвижение продукции на рынок;
- 7) Законами Республики Беларусь «О рынке ценных бумаг» и «О товарных биржах и биржевой торговле» регулируется маркетинг на рынке ценных бумаг и товарных биржах, включая маркетинг торгово-посреднических услуг в биржевой деятельности.

Совершенствование государственного регулирования рынков сельскохозяйственной продукции одно из основных условий успешного становления отечественного маркетинга.

В комплексе маркетинга предприятий АПК выделяют четыре основные составляющие: товар, цена, система распределения товара, система стимулирования продаж.

Сельскохозяйственные предприятия и предприятия переработки могут строить отношения с покупателями следующим образом:

- при продаже продуктов, которые давно реализуются на рынке постепенно улучшать их потребительские свойства;
- обновлять ассортимент товаров на рынке путем выпуска новой продукции;
- находить возможности для увеличения ассортимента выпускаемой продукции и выход на новые рынки сбыта.

Ценовой механизм в АПК сочетает рыночную цену с регулируруемыми гарантированными ценами. Рыночные цены складываются под влиянием спроса и предложения, являются основной формой экономических взаимоотношений сельскохозяйственных товаропроизводителей с другими субъектами рынка [1].

#### **Заключение**

Таким образом, сбытовая деятельность в аграрном секторе области осуществляется, как правило, на основе государственного регулирования, а также одного из важнейших элементов рыночного механизма – маркетинга.

На основании регулирования спроса и образования потребностей в продукции сельского хозяйства, есть необходимость в построении целесообразной системы управления маркетингом.

Для сельхозпредприятий особо важное значение будет иметь выполнение условий по договорам на поставку сырья и товаров для нужд государства и предприятий переработки. Выполнение таких условий будет гарантировать сельхозпредприятиям реализацию продукции, своевременную ее оплату, возможные льготы по кредитам и налогам.

В настоящее время всё более совершенное развитие системы сбыта в АПК способствует выбору наиболее эффективных форм и каналов реализации продукции, выявлению возможных покупателей, росту объемов продаж продукции сельского хозяйства, снижению издержек и повышению конкурентоспособности продукции как на внутреннем, так и на внешних рынках.

#### *ЛИТЕРАТУРА*

1. Бусел, И. П. Экономика сельского хозяйства: учебное пособие / И. П. Бусел, П. И. Малихтарович. – Минск: Республиканский институт профессионального образования, 2014. – 447 с.
2. Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-З. О государственных закупках товаров (работ, услуг). Принят Палатой представителей 27 июня 2012 года. Одобрен Советом Республики 29 июня 2012 года. Изменения и дополнения: Закон Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 136-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 01.08.2018, 2/2574) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bii.by/tx.dll?d=242380&a=1#a1> – Дата доступа 23.02.2020.
3. Ильина, З. М. Конкурентоспособность продукции и продовольственная безопасность. Теоретические и практические аспекты / З. М. Ильина, Н. Н. Батова. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – С. 115.
4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 11 марта 2016 г. № 196 «О Государственной программе развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы и внесении изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16 июня 2014 г. № 585» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600196>. – Дата доступа 23.02.2020.
5. Харитонова, Л. В. Экономика и организация сельскохозяйственного производства: курс лекций / Л. В. Харитонова. – Горки: БГСХА, 2016. – 116 с.