

КАНАЛЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ЛИЧНЫХ ПОДВОРИЙ

*Работа представлена кафедрой менеджмента и права
Ижевской государственной сельскохозяйственной академии.
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор М. И. Шишкин*

В статье обозначены методологические подходы к формированию системы сбыта продукции личных подворий в АПК.

Ключевые слова: личные подворья, каналы реализации, потребительская кооперация, городские рынки, сельские базары.

A. Sharafutdinov

CHANNELS OF PERSONAL FARMSTEADS' PRODUCT SALES

The author of the paper describes the methodological approaches to forming of a system of personal farmsteads' production distribution in the agroindustrial complex.

Key words: personal farmsteads, realisation channels, consumers' co-operative society, city markets, rural markets.

Дальнейшее развитие личных подворий населения должно вызвать увеличение выхода сельскохозяйственной продукции и снижение материально-денежных затрат на ее производство. Наиболее существенным условием, сдерживающим данный процесс, является отсутствие гарантированной системы закупок сельскохозяйственной продукции у мелких товаропроизводителей.

При ранее действовавшей в стране централизованной плановой системе закупок вся сельскохозяйственная продукция проходила через государственные заготовительные организации. Между товаропроизводителем и перерабатывающим предприятием (заготовительной организацией) ежегодно заключались договоры на поставку продукции. Расчет за поставленную продукцию производился своевременно по государственным закупочным ценам.

В предперестроечные годы товаропроизводителям была предоставлена относительная свобода в выборе рынка реализации продукции, но только после выполнения плана сдачи ее государству [1, с. 28]. В настоящее время сельскохозяйственные предприятия лишились гарантированного рынка сбыта. Хозяйствам приходится заключать, как правило, кратковременные договоры с перерабатывающими предприятиями.

В систему товарного рынка в сельском хозяйстве входит рынок продовольственных товаров. Его функционирование осуществляется по двум каналам: государственный заказ и прямой спрос. При государственном заказе осуществляются вертикальные связи между товаропроизводителями и государственными

органами, происходит централизованное формирование объемов закупок основных видов сельскохозяйственной продукции в целях создания гарантированного продовольственного рынка страны (федеральный и региональный продовольственные рынки). Прямой спрос основан на горизонтальных связях между относительно обособленными товаропроизводителями, а также между товаропроизводителями и потребителями. Здесь не предполагается централизованное регулирование отношений купли-продажи. Формы реализации продукции через каналы прямого спроса разнообразны. Это продажа предприятиям и организациям, на колхозном рынке, потребительской кооперации и т. д.

Весьма эффективны прямые связи товаропроизводителей с предприятиями перерабатывающей промышленности, торговли и общественного питания. Они позволяют добиваться снижения потерь сельскохозяйственной продукции на всех стадиях ее производства, транспортировки, переработки и хранения. Расширение прямых связей значительно сокращает срок доставки продукции потребителю [2, с. 128].

Но большинство перерабатывающих предприятий вынуждают сельскохозяйственные предприятия продавать им животноводческую продукцию (скот, молоко) по крайне низким ценам, составляющим 30–35% стоимости конечного продукта. При этом основную долю прибыли получают переработчики, заготовители и другие посредники на рынке сбыта. По мнению работников, руководителей сельского хозяйства, приватизация перерабатывающих предприятий в условиях

монопольного их положения подрывает сельскохозяйственное производство.

Отсутствие гарантированного сбыта продукции по рыночным ценам, недостатки в проведении приватизации объектов перерабатывающей промышленности привели к тому, что производство ряда основных сельскохозяйственных продуктов становится не выгодным для производителя. Так, например, от реализации продукции животноводства собственного производства в переработанном виде хозяйства ежегодно несут убыток. В результате резко снижается возможность роста поголовья скота, что неизбежно вызывает значительный рост цен на продукцию сельского хозяйства.

Личные подсобные и фермерские хозяйства, мелкие производители практически не имеют возможности производить свою продукцию в значительных размерах. Поэтому крупные предприятия закупки и переработки сельскохозяйственной продукции часто отказываются от взаимодействия с ними, так как объемы реализации продукции каждого отдельно взятого производителя незначительны. Коллективные хозяйства, на территории которых расположены личные подсобные хозяйства, считают нецелесообразным организацию закупки у населения в силу вышеуказанных причин (отсутствие гарантированного сбыта, низкие цены).

Существуют коммерческие торговозакупочные фирмы, занимающиеся заготовкой сельскохозяйственной продукции у населения, но главным недостатком этого пути реализации является отсутствие гарантированности сбыта сельскохозяйственной продукции в удобное для производителей время, так как такие организации производят закупку продукции чаще всего сезонно. Кроме того, отсутствие сильной конкуренции на рынке сбыта сельскохозяйственной продукции позволяет им диктовать свои, чаще всего весьма невысокие, цены реализации.

Расчеты, проведенные авторами, показывают, что остается невостребованным и используется не по назначению свыше 1/3 производимого на личных подворьях молока, около 20% мяса, свыше 40% картофеля портится или идет на корм скоту [3, с. 31].

Поэтому наличие достаточно стабильного и выгодного канала реализации продукции позволило бы наиболее эффективно и выгодно использовать имеющиеся у населения продовольственные ресурсы [4, с. 8].

Существуют следующие пути реализации продукции личных подсобных хозяйств: через коллективные хозяйства, потребительскую кооперацию, городские рынки, сельские базары. В дальнейшем необходимо масштабное создание в регионах оптовых рынков сельскохозяйственной продукции. В случае кооперирования личных подсобных хозяйств друг с другом, либо с другими формами хозяйствования (фермерские и коллективные хозяйства) возможна реализация продукции через аукционы и товарные биржи, так как при данном виде реализации необходимы крупные партии продукции определенного стандарта. За последние годы широкое развитие получила реализация продукции через посредников, частные торговые точки и магазины. Все эти каналы реализации продукции личных подворий повышают товарность личных подсобных хозяйств (ЛПХ) и удовлетворяют спрос населения на продукты питания.

Для владельцев ЛПХ, проживающих в пригородной зоне, более выгодна непосредственная реализация продукции потребителям или же ее продажа на продовольственных рынках. Владельцам ЛПХ, которые расположены далеко от административных центров и городов, более выгодны каналы реализации продукции через потребительскую кооперацию и сельскохозяйственные предприятия. При нормальных условиях развития рыночных отношений произойдет естественная конкуренция в сфере реализации, и владельцы личных подсобных хозяйств будут иметь возможность выбора наиболее выгодных для них каналов сбыта продукции. Так, получившая развитие в последние годы продажа продукции личных подсобных хозяйств прямо на месте перекупщикам, позволяет ее владельцам получать выручку на 15–20% больше, чем то, что может предложить потребительская кооперация. Кроме того, распространена продажа владельцами ЛПХ мяса, картофеля, овощей непосредственно в ма-

газины по взаимовыгодным договорным ценам, которые выше цен, предлагаемых кооперативными организациями. Кризисные явления последних лет затронули и потребительскую кооперацию. Следствием этого явилось разрушение договорной системы закупок сельскохозяйственной продукции из-за финансовых трудностей. Кооперативные организации оказывают недостаточно услуг личным подсобным хозяйствам, свертывают работы по обеспечению их тарой, приемке продукции в местах производства и вывозу ее транспортом заготовительных организаций.

Для потребительской кооперации стало убыточным содержание магазинов в небольших деревнях, в связи с их удаленностью от торговых баз и незначительным товарооборотом. Снижение спроса на продукты питания по ценам, предложенным потребкооперацией, привело к сокращению объемов закупок продукции от личных подсобных хозяйств, владельцы которых вынуждены в связи с этим сами искать рынок сбыта своей продукции. К тому же объемы закупок потребкооперацией растениеводческой и животноводческой продукции снижаются из года в год.

Однако потребкооперация может стать для ЛПХ одним из наиболее перспективных каналов реализации продукции при условии вхождения в ее состав владельцев

ЛПХ. Во-первых, наличие достаточной сети заготовительных пунктов и перерабатывающих цехов по всей стране, и определенный опыт работы в сфере доведения продукции до потребителя. Во-вторых, материальная заинтересованность владельцев ЛПХ в реализации своей продукции через потребкооперацию, за счет получения дополнительной прибыли из сферы обращения. Следовательно, в потребкооперации необходимо реорганизовать вертикальные командные структуры в отделы обеспечения процесса заготовки и реализации. Как нам представляется, целесообразно даже в масштабе района создать 3–4 закупочно-снабженческих кооперативов.

Наличие определенного количества продавцов сельскохозяйственной продукции приводит к необходимости создания сети наиболее массового элемента рыночной структуры аграрной экономики – сельских базаров. На них могли бы приезжать как производители, так и покупатели оптовых партий сельскохозяйственной продукции. Именно сельские базары будут выступать в роли розничных рынков и большую активность на них будут проявлять владельцы ЛПХ. На таких рынках предполагается вести торговлю не только сельскохозяйственной продукцией, но и товарами народных промыслов, промышленной продукцией и т. д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аграрные отношения: выход из тупика. М.: Наука, 1991. 248 с.
2. Безрукова Т. Л. Прогнозирование развития агропромышленного комплекса с учетом государственного управления рисками (при реализации инвестиционной программы). М.: КноРус, 2007. 259 с.
3. Ильин Ю. А. Интеграционная модель развития аграрной сферы Удмуртской Республики // Экономика сельского хозяйства России. 2008. № 2. С. 28–33.
4. Павлов К. В. Оптимальная структура форм собственности и форм хозяйствования в развитой рыночной экономике // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2007. № 2. С. 6–11.

REFERENCES

1. Agrarnye otnosheniya: vykhod iz tupika. M.: Nauka, 1991. 248 s.
2. Bezrukova T. L. Prognozirovaniye razvitiya agropromyshlennogo kompleksa s uchetom gosudarstvennogo upravleniya riskami (pri realizatsii investitsionnoy programmy). M.: KnoRus, 2007. 259 s.
3. Il'in Yu. A. Integratsionnaya model' razvitiya agrarnoy sfery Udmurtskoy Respubliki // Ekonomika sel'skogo khozyaystva Rossii. 2008. N 2. S. 28–33.
4. Pavlov K. V. Optimal'naya struktura form sobstvennosti i form khozyaystvovaniya v razvitoj rynochnoy ekonomike // Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'. 2007. N 2. S. 6–11.