

## ПРОБЛЕМЫ РЫНКА СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

### PROBLEMS OF PERM REGION AGRICULTURAL PRODUCTS DISTRIBUTION

*A. Maramzin  
K. Novikova*

#### Annotation

The article is dedicated to the problem of absence of agricultural products distribution market for small enterprises, personal subsidiary plots and farms under the conditions of modern tendency of overall production increase (as of on the example of real enterprise). The article suggests the variants of solution to the problem.

**Keywords:** distribution are, agricultural products' producer, agricultural products' processor, outsourcing, logistic center, logistic system.

*Марамзин Антон Игоревич*

*ФГБОУ ВПО "Пермская государственная  
сельскохозяйственная академия им. ак.*

*Д.Н. Прянишникова"*

*Новикова Ксения Владимировна*

*ФГБОУ ВПО "Пермский государственный  
национальный исследовательский университет"*

#### Аннотация

В статье рассматривается проблема отсутствия рынка сбыта сельскохозяйственной продукции для мелких предприятий, ЛПХ и фермерских хозяйств в свете современной тенденции увеличения объемов производства, в том числе на примере реально действующего производства.

#### Ключевые слова:

Рынок сбыта, производитель сельскохозяйственной продукции, переработчик сельскохозяйственной продукции, аутсорсинг, логистический центр, логистическая система.

Организация сбыта продукции является завершающей стадией производственного цикла. В условиях рыночной экономики это один из важнейших этапов работы всего предприятия и каждого работника.

Сбыт продукции оказывает влияние на ход производства. Для создания четкой, ритмичной работы предприятия следует уделять внимание равномерному распределению объемов производства по кварталам и месяцам с тем, чтобы продукция ритмично поступала в товаропроводящую сеть. В конечном итоге результативность хозяйственной деятельности предприятия определяется выполнением договоров по номенклатуре и срокам поставок.

Каждый предприниматель, прежде чем начать свое дело ставит перед собой один из основных вопросов: "Где я буду искать клиентов?", "Кто может стать моим клиентом?" и "Что требует от моей продукции потенциальный покупатель?". На эти вопросы помогает ответить маркетинг, который дает инструменты для анализа рынка, расчета эластичности спроса, определения себестоимости продукции и многого другого. Особенно остро данная проблема стоит у сельскохозяйственных производителей (мелкий бизнес, ЛПХ, фермеры), что вызвано неподъемными расходами на сбытовую деятельность и ярко выраженной сезонностью производства.

Рынок сбыта продукции – это экономическое пространство, где продавцы представляют свои товары и услуги, а покупатели имеют возможность ознакомиться с

представленным и оплатить необходимое. Иными словами это место (магазин, шоу-рум, рынок, интернет-площадка, выставка и иное), где продавец сбывает товар покупателю.

Необходимо отметить то, что в настоящее время производство сельскохозяйственной продукции в крае развивается, и проблема сбыта продукции становится все более актуальной. Состояние продовольственной базы Пермского края в значительной степени зависит от темпов отгрузки продукции местными сельхозпроизводителями. По данным Пермьстата за 10 месяцев текущего (2012) года по сравнению с аналогичным периодом 2011 года, наблюдается значительное повышение объемов поставок на потребительский рынок края основных видов сельхозпродукции. Так, картофеля отгружено больше в 2,4 раза, овощей в 2,1 раза, зерна – в 1,3 раза. Увеличение поставок растениеводческой продукции объясняется тем, что в первой половине года предприятия отгружали продукцию урожая 2011 года.

Темпы увеличения отгрузки продукции животноводства не такие высокие, но тенденция к росту объемов поставки сохраняется. Объемы реализованного молока выросли на 2,4%, яиц – на 3,4 %. Объемы реализации скота и птицы на уровне прошлого года. [2]

В целях содействия сбыту небольшим хозяйствам с 2010 года осуществляется стимулирование проведения ярмарочных мероприятий. Количество проведенных в

муниципалитетах сезонных сельскохозяйственных ярмарок увеличилось с 36 в 2010 году до 106 в 2012-м. Возросло количество районов, проводящих ярмарки выходного дня с 4 до 14. Тем не менее, в основном – это сезонные каналы сбыта, и вопрос реализации продукции усложняется в зимнее время.

А в условиях постоянно увеличивающегося объема производства необходимо искать новые пути доведения товаров от производителей к переработчикам либо напрямую потребителю.

В утвержденной Законодательным собранием Пермского края концепции программы "Развития сельского хозяйства Пермского края до 2020 года" предполагается существенное увеличение объема производимой сельскохозяйственной продукции. Так, производство молока вырастет на 42,5 процента, а говядины – на 32,1 процента. Но эти амбициозные планы бессмысленны, если параллельно не выстроить эффективную цепочку переработки и сбыта. Поэтому один из блоков программы предусматривает активное развитие логистических центров, кооперации и ярмарок при активном участии муниципалитетов. Однако, по мнению экспертов, без инициативы самих фермеров, и их кооперации в различных вопросах ситуация не изменится.[7]

**В связи с этим возможны несколько вариантов решения данной проблемы:**

1. Создание концентрационных логистических центров. Подобные центры, созданные крупными переработчиками сельскохозяйственной продукции в различных регионах пермского края, позволят им получить доступ к ресурсам местных производителей, а также организовать и обратную связь: использовать их в качестве логистического центра для выхода на новые рынки.

Данные центры должны представлять собой склады временного хранения, откуда с определенной периодичностью сырье будет поступать на переработку. Также на базе этих центров возможна организация цехов полной или первичной переработки. Например, для первичной обработки молока и увеличения срока его хранения, что значительно упростит его транспортировку.

2. Другим способом решения проблемы сбыта может являться вынесение данного процесса на аутсорсинг. Некий подрядчик должен выполнять функции посредника между производителями и переработчиком и получать выгоду с перепродажи продукции. Это позволит избежать производителям и переработчикам излишних затрат на логистическую деятельность, а также по возможности затрат на сертификацию и получение ветеринарных справок. Переработчикам будет значительно проще работать с одним поставщиком, специализирующемся на конкретном виде сельскохозяйственного сырья, а производители получают рынок сбыта пространственно не удаленный от них.

Так же необходимо отметить то, что посредник может поставлять продукцию, не требующую дополнительной переработки, непосредственно на потребительский рынок.

Примером небольшого логистического центра может служить предприятие Лысьвенского района: еще недавно в Лысьвенском районе продать молоко от собственной коровы было проблематично: молокозавод, существующий с советских времен, обанкротился, а везти скоропортящийся продукт в соседние города было экономически невыгодно. Большим облегчением для местных фермерских хозяйств стало открытие модульного цеха переработки молока в деревне Симоново. Этот мини-завод способен очистить и переработать до тонны сырья в сутки и получить из него не только молоко с более длительным сроком хранения, но также сметану, сыр, йогурт и кефир. Предприниматель, открывший мини-цех, сегодня выкупает сырье у нескольких фермерских хозяйств. В 2011 году он получил на открытие своего бизнеса средства краевого и муниципального бюджетов в размере 2,9 миллиона рублей, а общая стоимость модульного цеха переработки молока – 7,25 миллиона.

Таким образом, подобная система организации сбыта сельскохозяйственной продукции мелких предприятий, ЛПХ и фермерских хозяйств позволит решить проблему отсутствия рынка сбыта, а при наличии специализированных складских помещений на базе логистического центра либо на базе предприятия посредника позволит сгладить сезонность данного вида товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ООО "Астарт" URL: <http://www.a-starta.ru/info/3/111.html> (дата обращения: 24.11.2012)
2. Интернет-портал "Российской газеты" URL: <http://www.rg.ru/2012/10/09/reg-pfo/perm-sbyt.html> (дата обращения: 25.11.2012)
3. Баркан Д.И. Эффективное управление сбытом. М.: Академия, 2010. – 347 с.
4. Брагин Л.А. Организация коммерческой деятельности. М.: Академия, 2008. – 347 с.
5. Котляров И. Д. Сельский маркетинг: нетрадиционные модели сбыта продуктов питания/ Маркетинг и маркетинговые исследования №6, 2012.
6. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Пермского края URL: <http://lenta-59.ru/13025> (дата обращения: 23.12.2012)
7. Новикова К.В. Логистический центр как механизм продвижения молочных продуктов на внутренний и внешний рынки / Игуменова Е.Б.// Международный сельскохозяйственный журнал, №3, 2010.