

Во-вторых, в силу повышения уровня интенсивности и сложности труда, человек отдает предпочтение продуктам питания и условиям их приобретения, которые позволяют ему экономить время на подготовку их к употреблению. Подтверждением этого является широкая популярность мелкой расфасовки и упаковки различных видов продуктов питания (всевозможные концентраты бульонов, сырки, йогурты и т.д.).

В-третьих, получают признание у потребителей те продукты питания, которые отличаются всевозможной эстетикой и удобствами их упаковки, обеспечивают эстетичность и возможности элегантно поведения человека в процессе их употребления.

В-четвертых, получает большее распространение тенденция приобретения продуктов питания в тесной зависимости от особенностей требований различных половых возрастных и профессиональных категорий потребителей: дети и взрослые; работники физического и умственного труда, молодые и пожилые люди и т.д.

В-пятых, наибольший спрос получают те продукты питания, которые позволяют покупателю после их приобретения при необходимости усиливать их ценность посредством выполнения какой-то незначительной дополнительной операции: приобретение специфических фруктов, овощей для получения фруктового, овощного сока собственного приготовления обходится ему гораздо дешевле, чем покупка готового его к употреблению и т.д.

В-шестых, усиливающаяся в последние годы тенденция дифференциации доходов у людей в нашей республике создает реальные предпосылки для соответствующей дифференциации возможностей у них приобретения продуктов питания различного качества, ориентированного на уровень доходов.

Синтезируя изложенное, можно заключить, что учет установленных современных изменений в поведении покупателя в отношении продовольствия обеспечит аграрным предприятиям производить конкурентоспособное продовольствие.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

К. К. ШЕБЕКО, доктор экон. наук, профессор, В. ВОРОБЬЕВ, аспирант, БГСХА

Проведение рыночных реформ в АПК предполагает не только адаптацию сельскохозяйственных товаропроизводителей к условиям рынка, но также и формирование принципиально новой инфраструктуры, позволяющей эффективно перемещать продукт от производителя в розничную торговлю, где он будет доступен для конечного потребителя, и доставлять рыночную информацию от потребителя и обратно. Одним из важнейших звеньев в структуре продовольственной цепочки является оптовая торговля.

Существующая на сегодняшний день схема товародвижения сельскохозяйственной продукции такова: сельскохозяйственные товаропроизводители – заготовительные организации – предприятия перерабатывающей промышленности – розничная торговля – потребители. Основными заготовительными организациями являются заготовительные базы, элеваторы, хранилища. В заготовке продукции сельского хозяйства также участвуют организации потребительской кооперации, входящие в систему Белкоопсоюза.

Данные организации являются основными покупателями продукции, производимой населением. В качестве оптовых покупателей на рынке сельскохозяйственной продукции выступают и перерабатывающие предприятия. Они осуществляют закупки основной доли животноводческой и отдельных видов растениеводческой продукции у производителей, а затем оптом реализуют готовую продукцию в розничную торговлю. Реализация продукции растениеводства (исключение составляет реализация технических культур и сахарной свеклы) носит многоконтинентальный характер.

С началом рыночных преобразований в республике роль государства в сфере распределения сельскохозяйственной продукции заметно уменьшилась. Наиболее значительные структурные изменения произошли в системе каналов распределения картофеля, овощей, плодов и ягод. Данные изменения характеризовались снижением доли заготовительных организаций и потребительской кооперации и увеличением объема реализации продукции сельскохозяйственными предприятиями на рынке, через организации общественного питания, фирменную торговлю, населению в счет оплаты труда, по бартерным сделкам. Такую же направленность носят структурные сдвиги в системе реализации скота и птицы. Заготовительные организации остаются монополистами в сфере закупок молока, и сохраняют доминирующее положение на рынке зерна.

Это объясняется отсутствием у хозяйств мощностей по хранению и переработке продукции, необходимостью ее реализации в короткие сроки, сложившейся системой государственного регулирования данных сегментов продовольственного рынка. Следует отметить резко повысившуюся к середине 90-х годов роль бартера среди каналов сбыта большинства видов сельскохозяйственной продукции. Это явление явилось отражением острой нехватки оборотных средств в сельском хозяйстве.

В настоящее время фермерские и личные подсобные хозяйства населения являются основными производителями ряда видов сельскохозяйственной продукции. Однако существующая система каналов товародвижения до сих пор ограничивает рост коммерческого производства в данных категориях хозяйств. Если в роли покупателя молока и крупного рогатого скота у хозяйств населения выступают сельскохозяйственные

предприятия, действующие по территориальному признаку, то реализация плодовоовощной продукции и картофеля остается сложной проблемой для мелких производителей. На локальном уровне предложение существенно превышает спрос, а возможности хозяйств населения реализовать продукцию на региональном рынке ограничены.

В сложившейся ситуации является актуальным формирование в республике эффективной системы оптовой торговли продовольствием, которая позволит установить адекватную связь между производителями и потребителями сельскохозяйственной продукции. Опыт стран с переходной экономикой показывает, что подобная инфраструктура должна формироваться по региональному принципу на основе интеграции элементов различных уровней иерархии.

Организованные на уровне административных районов или в качестве межрайонных формирований оптовые рынки являются структурными элементами регионального рынка, а региональные рынки в свою очередь формируют систему рынков на республиканском уровне. При этом необходимо создать условия для интеграции в данную инфраструктуру имеющихся традиционных субъектов оптовой торговли продовольствием.

В условиях перехода к рыночным отношениям инфраструктура продовольственного рынка может быть представлена следующими элементами: оптовыми и оптово-розничными предприятиями, биржами и другими видами оптовых рынков, брокерскими фирмами и конторами, ассоциациями оптовой торговли, региональными коммерческими центрами, посредническими торгово-закупочными организациями.

Основными задачами трансформированной рыночной инфраструктуры должны стать:

- создание конкурентной среды и демонаполизация продовольственных рынков;

- формирование эффективной системы рыночной информации и снижение транзакционных издержек;

- поддержание равновесного состояния на рынках продовольствия и формирование рыночной цены;

- организация системы сбыта для мелких товаропроизводителей (подсобных и фермерских хозяйств);

- обеспечение организационных и технических условий для заключения и осуществления сделок;

 - определение рациональных путей товародвижения;

- обеспечение степени концентрации товарной массы, необходимой для реализации оптовых операций;

- организация круглогодичного снабжения населения продовольствием и снижения потерь продукции при хранении;

 - создание системы гарантий выполнения контрактов.