**Шарнина Наталья Михайловна. Управление сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Шарнина Наталья Михайловна; [Место защиты: Марийс. гос. техн. ун-т].- Йошкар-Ола, 2009.- 207 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-8/2556**

**ГОУ ВПО «МАРИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

*На правах рукописи*

**04200956752 *^іУ^***

**ШАРНИНА Наталья Михайловна**

**УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

- АПК и сельское хозяйство)

**ДИССЕРТАЦИЯ**

**на соискание ученой степени**

**кандидата экономических наук**

**Научный руководитель**

кандидат экономических наук, доцент Ф.З. **Гумарова**

Йошкар-Ола 2009

**2**

СОДЕРЖАНИЕ  
Введение 3

1. Теоретические и методические основы управления сбытовой  
деятельностью сельскохозяйственных предприятий 10

1. Теоретические основы управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 10
2. Факторы, влияющие на эффективность управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 28
3. Методические подходы к оценке эффективности управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 45

2. Эффективность управления сбытовой деятельностью  
сельскохозяйственных предприятий Республики Марий Эл 56

1. Анализ современного состояния производства и реализации сельскохозяйственной продукции в Республике Марий Эл 56
2. Влияние структуры и емкости каналов реализации на эффективность управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 69
3. Экономическая оценка механизма ценообразования, системы стиму­лирования сбыта и их влияния на эффективность управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 78

3. Основные направления совершенствования управления сбытовой  
деятельностью сельскохозяйственных предприятий 103

1. Совершенствование методического обеспечения оценки эффективности управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий 103
2. Обоснование сбытовых стратегий сельскохозяйственных предприятий

в условиях конкуренции 124

3.3. Совершенствование методов управления и форм организации

сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий 162

Выводы и предложения 177

Список использованной литературы 182

Приложения 195

**З**

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы исследования.** В настоящее время сельское хозяй­ство России переживает трудные времена: ограниченная платежеспособность покупателей, давление импорта, недостаточный уровень государственной под­держки, диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продук­цию, высокие темпы роста цен на ресурсы. Сельскохозяйственные предприятия, основные поставщики продовольствия для населения города, поддерживающие продовольственную безопасность страны, более 15 лет работают в условиях выживания. В этой ситуации актуальными задачами становятся разработка и реализация сельскохозяйственными предприятиями политики «самооздоровле­ния» и проведение мероприятий по повышению эффективности своей деятель­ности за счет рационального использования собственных ресурсов и адаптации процесса управления предприятия к работе в рыночных условиях.

Потенциальные возможности любого предприятия кроются, во-первых, в организации эффективного производства продукции и, во-вторых, в организа­ции эффективного управления ее сбытом. Оба направления деятельности важ­ны, кроме того, взаимосвязаны: чем качественнее и дешевле произведенная продукция, тем больше возможностей имеет предприятие ее реализовать. И на­оборот, выгодные каналы сбыта продукции позволяют получить средства на ор­ганизацию низкозатратного крупномасштабного производства качественной продукции. Таким образом, совершенствование управления сбытовой деятель­ностью является важнейшей задачей современного предприятия.

**Степень изученности проблемы.** Вопросами управления эффективной сбытовой деятельностью сельскохозяйственных и промышленных предприятий в России вплотную заинтересовались, начиная с 1985 г., то есть с переходом экономики страны на «рыночные рельсы». Актуальным для практиков стано­вится опыт зарубежных стран по развитию эффективного бизнеса и, в том числе эффективной реализации продукции. Сбытовая деятельность отдельно и в рам­ках маркетинговой политики рассматривается в работах Г. Амстронга, Дж. Болта, Б. Бермана, Ф. Букереля, А. Дайана, А. Генри, Ф. Котлера, Р. Ланка-

4 pa, Д.Г. Содерса, Дж. Эванса и других авторов [7, 21, 34, 68, 69, 80, 96, 143 и др.]. Ряд авторов (Дж. Болт и другие) [21] раскрывают сущность и технологию организации и управления собственной сетью прямых продаж.

Теоретические вопросы управления сбытовой деятельностью с попыткой адаптации к российским условиям исследуются, начиная с 1990-х годов, В.А. Алексуниным, П.С. Завьяловым, В.В. Бурцевым, В.А. Клюкачом, Д.Д. Костоглодовым, Г.А. Лавровой, Р.Б. Ноздревой, П.Г. Перервой, Е.В. Попо­вым, Л.В. Осиповой, О.А. Третьяк и другими [12, 25, 26, 27, 49, 50, 51, 58, 59, 67, 74, 78, 84, 97, 101, 103, 130 и др.]. В работах дается сущность сбытовой дея­тельности, представлены разные варианты ее организации в зависимости от взглядов авторов и их приверженности к разным подходам ведения бизнеса (производственному, сбытовому, маркетинговому).

Сущность сбытовой деятельности зарубежных сельскохозяйственных то­варопроизводителей освещена в работах Ф. Букереля, А. Дайана, П. Р. Л. Коль­за, Р. Ланкара, В.Д. Мартынова, Н.А. Медведевой, А.Л. Оверчук, А.Г. Папцова, Л.А. Поповой, М. Трейси, Дж. Н. Уля и других [7, 62, 63, 64, 65, 66, 81, 82, 92, 99, 100, 104, 129 и др.]. В работах представлены подходы организации сельско­хозяйственного бизнеса, в том числе сбыта продукции, основанные на марке­тинговых принципах. М. Трейси [129] и ряд российских авторов раскрывают схемы и методы продаж сельскохозяйственной продукции фермеров зарубеж­ных стран. Развивают тему развития аграрного бизнеса и, в том числе сбыта сельскохозяйственной продукции, приложимо к условиям нашей страны, Г.П. Абрамова, Ю.И. Агрибов, B.C. Витиорец, М.М. Жигалин, СИ. Завьялов, Г.Т. Зорин, Л.И. Клочко, А.Н. Люкшинов, М.В. Москалев, А.А. Пакулииа, А.А. Попова, А.В. Пошатаев, Е.И. Семенова, В. Узун, Ю.А. Цыпкин, Ю.Г. Югов и другие *[2,* 4, 31, 47, 50, 51, 84, 89, 102, 106, 138 и др.]. Предложены методиче­ские рекомендации по организации аграрного бизнеса в новых рыночных усло­виях, рассматриваются: особенности сельскохозяйственной продукции; исполь­зуемые в РФ каналы и системы распределения продукции; варианты организа­ции служб сбыта и маркетинга.

5

Многими авторами анализируются варианты каналов сбыта продукции. А.В. Пошатаев, Л.Д. Султанаева **[106, 126,** 127] предлагают варианты их клас­сификации. Ряд авторов (Е.В.Попов, Д.Д. Костоглодов и другие) **[67, 103]** опре­деляют круг мероприятий, выполняемых в рамках сбытовой деятельности. В научной российской литературе присутствуют разные мнения на определение сущности сбыта, сбытовой политики, ее целей и взаимосвязи с другими видами предпринимательской деятельности предприятия. Имеются расхождения мне­ний в вопросах последовательности управления сбытом продукции. Методам анализа эффективности сбытовой деятельности сегодня уделяется все большее внимание, но они представлены в литературе разрозненно, в небольшом объеме в рамках общей политики маркетинга. Не хватает детальной системы показате­лей и методики проведения оценки эффективности управления сбытовой дея­тельностью предприятия (в том числе, сельскохозяйственного). Характеризуя изученность выбранной проблематики, можно заметить, что вопросы управле­ния сбытом сельскохозяйственной продукции изучены и исследованы, но тре­буют адаптации к изменяющимся условиям внешней среды и конкретизации.

**Цели и задачи исследования.** Целью диссертационного исследования является разработка научно обоснованных теоретических положений и методи­ческих рекомендаций по совершенствованию управления сбытовой деятельно­стью сельскохозяйственных предприятий. В соответствии с выбранной целью исследования были поставлены следующие задачи:

на базе изучения зарубежного и отечественного опыта уточнить и систе­матизировать основные теоретические положения управления сбытовой дея­тельностью;

проанализировать и систематизировать особенности сбытовой деятельно­сти сельскохозяйственных предприятий и выделить факторы, влияющие на эф­фективность ее управления;

исследовать методы и показатели оценки сбытовой деятельности пред­приятий;

оценить сбытовую деятельность сельскохозяйственных предприятий Рес­публики Марий Эл и выявить резервы повышения ее эффективности;

**б**

усовершенствовать методику и дополнить систему показателей оценки эффективности управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий в условиях конкуренции;

разработать предложения по совершенствованию процесса и методов управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий;

обосновать формы организации сбытовой деятельности сельскохозяйст­венных предприятий и методы ее управления;

выявить перспективы развития сбытовой деятельности сельскохозяйст­венных предприятий.

**Объектом исследования** выступают сельскохозяйственные предприятия Республики Марий Эл, реализующие сельскохозяйственную продукцию.

**Предметом исследования** является процесс и экономические методы управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий, по­зволяющие повысить эффективность сбыта сельскохозяйственной продукции и позитивно повлиять на конечные результаты деятельности предприятий.

**Область исследования.** Диссертация выполнена в соответствии с п. 15.41 - «Организационно-экономические аспекты управления технологическими про­цессами в сельском хозяйстве» и п. 15.52 - «Конечные результаты функциони­рования агропромышленного комплекса, содержание, методы измерения и пути роста» специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйст­вом (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, ком­плексами: АПК и сельское хозяйство)» Паспорта специальностей ВАК (эконо­мические науки).

**Методика исследования.** Теоретической основой диссертационного ис­следования послужили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, международная практика, работы современных экономистов аг­рарников, материалы научных конференций и семинаров, программные доку­менты, постановления органов государственного управления экономикой Рос­сии и другие материалы по вопросам управления сбытом сельскохозяйственной продукции в условиях рыночной экономики.

7

В процессе исследования применялись различные методы, включая моно­графический, аналитический, экономико-статистические (сравнительный и ин­дексный анализ, анализ динамических рядов, статистическая группировка, гра­фический, корреляционно-регрессионный, пр.).

Информационной базой исследования явились данные Федеральной службы государственной статистики России и территориального органа Феде­ральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл, данные зарубежной статистики, данные годовых отчетов сельскохозяйственных пред­приятий Республики Марий Эл, справочные материалы, постановления Прави­тельства РФ, материалы Интернет-сайтов, научные публикации и материалы других открытых информационных источников.

**Научная новизна исследования** заключается в разработке теоретиче­ских и методических основ формирования процесса и эффективных экономиче­ских методов управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных пред­приятий. Результаты исследования, выносимые на защиту, состоят в следую­щем:

уточнены понятия «сбытовая деятельность» и «управление сбытовой дея­тельностью» на основе выделения позиции сбыта во всей совокупности рыноч­ной деятельности предприятия, конкретизированы этапы процесса управления сбытовой деятельностью и каналы сбыта сельхозпродукции с учетом целей и отраслевых особенностей предприятий;

определены факторы, влияющие на конъюнктуру рынка сельскохозяйст­венной продукции, и предложены критерии оценки рыночного потенциала сель­скохозяйственных предприятий, учитывающие особенности отрасли и совре­менное макро- и микроэкономическое влияние на сельскохозяйственный сектор экономики, позволяющие оценить позицию и оптимизировать процесс управле­ния сбытовой деятельностью отдельного предприятия для достижения заплани­рованных конечных результатов;

установлены характер и степень влияния производства, реализации, ме­ханизма ценообразования и системы стимулирования сбыта на эффективность управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий, и на

8 основе этой оценки выявлены резервы повышения эффективности сбыта сель­скохозяйственной продукции предприятий республики, позволяющие обосно­вать перспективные направления управленческого воздействия;

предложена методика комплексной оценки эффективности управления сбытовой деятельностью сельскохозяйственных предприятий, основанная на сравнении плановых, нормативных и отраслевых показателей (введено 14 пока­зателей), определяющая эффективность сбыта продукции предприятия в дина­мике, по видам продукции, покупателям, объемам реализации, отрасли;

определены характер и степень влияния конкуренции и сбытовых страте­гий на прибыльность сельскохозяйственной продукции на основе выявления за­висимости результатов деятельности предприятий от доли рынка и численности товаропроизводителей, уровня цен, объемов сбыта, коммерческих расходов, вы­ручки от реализации, позволяющие эффективно сформировать товарный порт­фель предприятия с учетом его возможностей;

предложены альтернативные формы организации сбыта сельскохозяйст­  
венной продукции, обеспечивающие реализацию продукции предприятия с ис­  
пользованием средств других участников рыночной системы. ;

**Практическая значимость результатов исследования** заключается в возможностях: применения систематизированных и уточненных организацион­но-экономических основ управления сбытовой деятельностью при формирова­нии сбытовой политики предприятия и определении обязанностей специалистов сбытового подразделения; использования разработанной методики для анализа эффективности разных аспектов сбыта продукции предприятия; внедрения предложений по совершенствованию процесса управления сбытовой деятельно­стью на сельскохозяйственных и прочих предприятиях; использования резуль­татов исследований в учебном процессе при подготовке специалистов в области экономики, в практической деятельности республиканских органов власти при разработке программ развития аграрного сектора.

Диссертационное исследование соответствует научному направлению ка­федры мировой и отечественной экономики Марийского государственного уни­верситета и частично базируется на результатах, полученных в рамках гранта

9 Министерства Образования РФ на проведение фундаментальных научных ис­следований «Разработка моделей организации службы маркетинга и ее эффек­тивной работы на предприятиях агропромышленного комплекса (на примере Республики Марий Эл)».

Результаты диссертационного исследования используются автором в учебном процессе при чтении курсов «Экономика организации» и «Маркетинг» студентам экономических специальностей Марийского государственного уни­верситета. Отдельные положения диссертации приняты к использованию в управленческой деятельности Министерства сельского хозяйства, продовольст­вия и природопользования Республики Марий Эл.

**Апробация работы и публикация результатов.** Основные положения диссертационного исследования были изложены и получили одобрение на на­учных и научно-практических конференциях разного уровня (Международная конференция - г. Йошкар-Ола, 2008 г., Европейская конференция - г. Йошкар-Ола, 1998 г., Всероссийская - г. Йошкар-Ола, 1997 г., межвузовские и внутриву-зовские - 1995-2008 гг.). В 2000 г. на конкурсе молодых авторов, который про­водился российским журналом «АПК: экономика, управления», статья «Состоя­ние и оценка маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий» (АПК: экономика, управление. - 2000. - № 5. - С.69-73) была признана одной из лучших с присуждением автору диплома третьей степени.

По теме диссертации опубликовано 19 научных работ, общим объемом 1,7 п.л., в т. ч. авторский - **1,6** п.л.

**Объем и структура диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы, включающе­го 155 источников, 5 приложений; изложена на 194 страницах печатного текста, включает 52 таблицы, 16 рисунков.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

По результатам проведенного исследования организационно-экономических вопросов управления сбытовой деятельностью сельскохозяйст­венных предприятий сформулированы следующие выводы и предложения:

1. Анализ научной литературы и сбытовой практики показал, что рыноч­ный потенциал сельскохозяйственного предприятия формируется под воздейст­вием: биоклиматического потенциала территории, месторасположения хозяйст­ва, ресурсов предприятия и качества выпускаемой продукции. На конъюнктуру рынка, определяющую выгодность аграрного бизнеса, основное влияния оказы­вают: эпидемии/засухи, степень защиты внутреннего рынка, уровень конкурен­ции, инфляция, административные барьеры и особенности рынка.
2. Традиционными каналами реализации сельскохозяйственной продук­ции в Российской Федерации являются: федеральные и региональные фонды, коммерческие посредники, собственная торговая сеть, другие сельскохозяйст­венные товаропроизводители, собственные работники и потребители, поку­пающие «продукцию с поля». К альтернативным методам сбыта продукции от­носятся продажи по бартеру, переработка сельскохозяйственной продукции на давальческих условиях, использование товарного кредита. В зарубежных стра­нах сельскохозяйственная продукция продается также через интервенционные агентства, на товарных рынках (на биржах, с аукциона) и с использованием сис­темы контрактов (фьючерсных, форвардных, производственных). Прогрессив­ной формой сотрудничества предприятий всех сфер АПК в областях производ­ства и сбыта продукции является организация маркетинговых систем распреде­ления продукции.
3. Анализ объемов производства и реализации сельскохозяйственной про­дукции предприятий Республики Марий Эл, проведенный по предложенной ме­тодике, выявил следующее: 1) сельскохозяйственные предприятия являются ос­новными товаропроизводителями зерна, яиц, скота/птицы в живом весе, молока; 2) стабильно окупаемыми являются зерно, овощи, молоко, откорм свиней и мя­со птицы. Уровень рентабельности более 20 % в 2007 г. получили от реализации

178 молока, овощей и картофеля, более 10 % - от реализации зерна и яиц; 3) наибольшую долю в общей выручке от реализации сельскохозяйственной продукции, работ, услуг занимает продукция животноводства: скот/птица в жи­вом весе, молоко, яйцо; 4) в 2007 г. наибольший темп прироста объемов реали­зации наблюдается по скоту/птице в живом весе, картофелю и молоку; высокий темп прироста выручки от реализации продукции - при сбыте молока, ско­та/птицы в живом весе и яиц; 5) в товарном портфеле республики наилучшие позиции занимает животноводческая продукция: молоко и яйцо.

1. Анализ емкости каналов сбыта сельскохозяйственной продукции по Республики Марий Эл, проведенный по предложенной методике, выявил: 1)в 2007 году наиболее значимыми стали коммерческие каналы при сбыте овощей (продается 96,3 % всей продукции), скота и птицы (57,7 %), зерна (49,6 %), кар­тофеля (42,4 %), молока (21,9 %) и яиц (13,4 %); и организации, закупающие для государственных нужд яйцо (продается 84,6 % всей продукции), молоко (74,1 %), скот и птицу (34,4 %), картофель (34,1 %). Продажи населению в счет оплаты труда и по бартеру составляют незначительную долю в сбыте продук­ции; 2) для государственных нужд растут продажи зерна (на 18,4 % в год) и кар­тофеля (на 22,3 %); по коммерческим каналам увеличиваются продажи овощей (в среднем на 30 % в год), скота/птицы на убой (на 37,4 %), молока (на 36,5 %) и яиц (на 23,6 %); населению через организации общественного питания и в по­рядке оплаты труда - растут продажи молока; по бартерным сделкам - увеличи­ваются объемы яиц (на 6,4 % в год).
2. Анализ мероприятий, осуществляемых сельскохозяйственными пред­приятиями Республики Марий Эл в рамках сбытовой деятельности, показал, что предприятия-лидеры, имеющие высокие объемы реализации и производящие коммерческие расходы, успешно поддерживают сбыт системно организованны­ми мероприятиями по повышению качества реализуемой продукции, формиру­ют положительное общественное мнение о предприятии и его продукции, осу­ществляют мобильные и более выгодные ценовую и сбытовую стратегии, а ос­тальные предприятия - с трудом организуют даже сбытовой подход ведения бизнеса.

179

1. Для оценки выполнения плана сбыта в отчетном году (1-й этап методи­ки комплексной оценки эффективности управления сбытовой деятельностью) дополнительно предложены следующие расчетные показатели: цена единицы продукции: минимально допустимая, индексная, желательная; объем реализа­ции: минимальный, индексный, желательный; прибыль: минимально допусти­мая и индексная.
2. Для оценки эффективности управления сбытовой деятельностью пред­приятия (2-й и 3-й этапы «методики») введены дополнительные показатели: объем продукции, реализованный для получения 1 тыс. руб. прибыли; объем продукции, произведенный и реализованный на 1 тыс. руб. затрат; коэффициент опережения роста цен над ростом затрат; коэффициент опережения роста объе­мов реализации над ростом объемов производства; себестоимость одного рубля прибыли; коэффициент покрытия долевых затрат долевой прибылью.
3. В результате анализа конкурентной структуры рынка было выявлено, что рынкам зерна, картофеля, овощей, молока присуща структура чистой кон­куренции, рынкам скота/птицы в живой массе и яиц - олигополия. Анализ влияния выбранной стратегии сбыта на результаты деятельности сельскохозяй­ственных предприятий выявил влияние объема реализуемой продукции на эф­фективность сбытовой деятельности. Увеличение объема реализации сопровож­дается по большинству продуктов ростом уровня товарности производства, снижением себестоимости единицы продукции, снижением убыточности произ­водства, повышением уровня рентабельности и доли прибыли в цене, снижени­ем цены продукции и повышением производительности труда на предприятиях.
4. В ходе анализа влияния объема выручки от реализации продукции на результаты деятельности предприятия было выявлено: 1) большая часть пред­приятий (39 %) с выручкой от реализации 1001-10000 тыс. руб. убыточна, а 1 % предприятий с самой высокой выручкой (свыше 300001 тыс. руб.) дают 53 % всей прибыли сельскохозяйственных предприятий; 2) с увеличением величины выручки число таких предприятия сокращается; растут: объемы получаемой прибыли; доля предприятий, получающих прибыль от реализации продукции сельского хозяйства и продукции собственной переработки; численность рабо-

180 тающих на одно предприятие и объем прибыли на одного работающего; 3) наибольшая выручка по предприятиям республики получена от переработки мяса птицы (20,5 % от общего объема выручки), производства молока (18,9 *%)* и на откорме свиней (16 %). Наибольшая прибыль достигнута при реализации свиней в живой массе (41,4 %), молока (37,9 %), яиц (13,2 %) и овощей закрыто­го грунта (11,8 %); 4) выгодно производить при общем объеме всей выручки от реализации продукции сельского хозяйства, работ, услуг и продукции собствен­ной переработки предприятия от 1 тыс. руб. только овощи, от 1001 тыс. руб. — картофель, молоко, яйцо, прочую продукцию, от 10001 тыс. руб. - зерно, от 30001 тыс. руб. - переработанное молоко, мясо птицы, переработанное мясо птицы, от 100001 тыс. руб. - крупный рогатый скот и свиней на откорм, свыше 300001 тыс. руб. - всю продукцию.

1. Анализ себестоимости одного рубля прибыли от реализации продук­ции сельскохозяйственных предприятий республики показал, что с наименьши­ми затратами прибыль получили на откорме свиней (Сп - 2,6 руб.), выращива­нии овощей закрытого (Сп = 2,7 руб.) и открытого грунта (Сп = 2,8 руб.), при производстве и сбыте мяса птицы (Сп = 3,1 руб.).
2. Выявлены основные причины снижения эффективности сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий Республики Марий Эл: 1) сокращение объемов реализации продукции увеличивает себестоимость про­изводства и реализации единицы продукции и приводит к уменьшению прибы­ли; 2) предприятия с крупными объемами продаж (по ряду продуктовых на­правлений) не дополучают прибыль из-за реализации своей продукции по низ­ким, чем в среднем по республике, отпускным ценам; 3) ряд сельскохозяйствен­ных предприятий имеют убытки от реализации продукции вследствие формиро­вания товарного портфеля из тех продуктов, которые могут производить и про­давать с прибылью только сельскохозяйственные предприятия с более крупны­ми объемами производства; 4) эффективность деятельности предприятий со­кращается, когда темпы роста объемов сбыта из-за неактивности сбытовых под­разделений гораздо ниже темпов роста объемов производства; 5) многие сбыто­вые подразделения при выборе каналов реализации не учитывают темпы роста

181 затрат на производство и реализацию продукции, вследствие этого уровень от­пускных цен приближается к уровню затрат, сокращая при этом процент при­были в цене; 6) существенно страдают предприятия, предлагающие небольшие, но весьма затратные, объемы продукции на рынки, где имеются крупные пред­приятия-лидеры (рынок олигополии) из-за диктуемой предприятиями лидерами неблагоприятной ценовой политики; 7) на многих предприятиях нет сбытовых и маркетинговых служб, целенаправленно занимающихся повышением эффек­тивности реализации продукции.

1. Для совершенствования сбыта и повышения эффективности деятель­ности сельскохозяйственных предприятий предлагается: во-первых, создать подразделение, отвечающее за активную и эффективную реализацию произве­денной и подготовленной к реализации продукции; во-вторых, системно фор­мировать сбытовую политику предприятия; в-третьих, использовать альтерна­тивные формы организации сбыта сельскохозяйственной продукции.
2. Альтернативной формой организации сбыта продукции могут стать сбытовая кооперация сельскохозяйственных товаропроизводителей или, если предприятие имеет малые масштабы производства и небольшие ресурсы, произ­водство по контракту, продажа оптовым базам, интеграция с переработкой, продажа через государственную корпорацию.
3. Перспективная концепция развития сбытовой деятельности сельско­хозяйственных предприятий, на наш взгляд, предполагает: укрупнение аграрно­го бизнеса; производство товаров с уникальными характеристиками; формиро­вание инфраструктуры товародвижения, складского и транспортного хозяйства; использование форм интеграции сельскохозяйственных товаропроизводителей с другими участниками системы распределения продукции; развитие форм элек­тронной торговли и методов сбыта продукции путем заключения контрактов (производственных, форвардных и фьючерских); повышение роли службы сбы­та, как одного из координаторов, направляющих деятельность предприятия на производство конкурентоспособной и востребованной продукции, и реализую­щих продукцию с оптимальной экономией ресурсов предприятия.

182 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ источников

1. Автоматизированные информационные технологии в экономике: учеб. / под ред. проф. Г.А. Титоренко. — М.: Компьютер, ЮНИТИ, 1999. — 400 с.
2. Абрамова, Г.П. Анализ спроса: учеб. пособие / Маркетинг в АПК / Г.П. Абрамова; под ред. Г.П. Абрамовой. — М., 1997. — 120 с.
3. Агеев, А. Кооперация агробизнеса и хозяйств населения / А. Агеев // Эко­номика сельского хозяйства России. — 2006. — № 9. — С. 39.
4. Агрибов, Ю.И. Товарно-денежные отношения и рынок плодоовощной продукции: учеб. пособие /Ю.И. Агрибов. — М.: Изд-во МСХА, 1994. — 63 с.
5. Агропромышленное производство: опыт, проблемы и тенденции разви­тия. — М.: ВНИИТЭИагропром, 1999. — № 2. — 76 с.
6. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
7. Академия рынка: Маркетинг: пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; науч. ред. А.Г. Худокорнов— М.: Экономика, 1993. — 572 с.
8. Алексанова, В.В. Об организации районных кооперативных формирова­ний по переработке и сбыту сельскохозяйственной продукции в АПК Сибири / В.В. Алексанова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 1999. — № 11. — С. 52-55.
9. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: учеб.-метод. посо­бие / М.М. Алексеева. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 248 с.

Ю.Алешина, И.В. Поведение потребителей: учеб. пособие для вузов / И.В. Алешина. — М.: ФАИС-ПРЕСС, 1999. — 384 с.