

## ЭКОНОМИКА

УДК 339.9:658.8(045)

Поступила в редакцию 9 июля 2018 года

*А.В. Мелещеня<sup>1</sup>, к.э.н., доцент, А.Е. Дайнеко<sup>1</sup>, д.э.н., профессор, член-корреспондент  
НАН Беларуси, Л.Н. Байгот<sup>2</sup>, к.э.н., доцент*

*<sup>1</sup>Институт мясо-молочной промышленности, Минск, Республика Беларусь*

*<sup>2</sup>Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, Минск, Республика Беларусь*

### ЛОГИСТИКА СБЫТА АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

*A. Meliashchenia<sup>1</sup>, A. Daineko<sup>1</sup>, L. Baihot<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup>Institute for Meat and Dairy Industry, Minsk, Republic of Belarus*

*<sup>2</sup>Institute of System Research in Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus,  
Minsk, Republic of Belarus*

### MARKETING LOGISTICS OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN FOREIGN MARKETS

*e-mail: aleksmel@tut.by, daineko68@mail.ru, ved-apk@mail.ru*

*Выявлены важнейшие тенденции современной логистики сбыта основных мировых производителей аграрной продукции. Показаны перспективные формы организации логистики сбыта аграрной продукции в зарубежных странах. Сформулированы предложения по повышению эффективности сбыта аграрной продукции Беларуси на рынках Евразийского экономического союза.*

*The most important tendencies of current marketing logistics of the main global producers of agricultural products are revealed. Advanced forms of the organization of agricultural products marketing logistics in foreign countries are shown. Proposals on increasing the sales efficiency of agricultural products from Belarus in the markets of the Eurasian Economic Union are formulated.*

**Ключевые слова:** логистика сбыта; внешнеторговая деятельность; эффективность; товаропроводящие сети; аграрная продукция.

**Keywords:** marketing logistics; foreign trade activity; efficiency; commodity distribution network; agricultural products.

В условиях активного развития регионализма и глобализации экономики, все продуктовые рынки, формируясь на уровне национальных экономик, являются неотъемлемой частью регионального и мирового продовольственного рынка. Поэтому эффективная реализация сельскохозяйственной и перерабатывающей продукции является важнейшим направлением повышения финансовой устойчивости товаропроизводителей. Установлено, что в странах с развитой системой рыночных отношений сбыт является неотъемлемой частью менеджмента и составляет основу маркетинговой стратегии в организациях сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей, что позволяет предотвратить диспропорции в производстве, рационально использовать ресурсы и избежать неэффективных издержек.

Для Беларуси мясной и молочный подкомплексы выступают в качестве сегментов, в которых продовольственные ресурсы формируются не только для собственного потребления, но и определяют специализацию АПК республики во внешнеторговой деятельности. Основными экспортными товарами Беларуси являются продукты животного происхождения. Их доля в общих объемах экспорта составляет более 60%. При этом, доля экспорта в производстве молока Беларуси составляет более 55%, мяса – около 30%.

В этой связи, производство и сбыт мясо-молочной продукции в Республике Беларусь необходимо рассматривать с учетом функционирования Евразийского экономического союза и формированием общего аграрного рынка, а также учитывать конъюнктуру мирового рынка, влияние мировых тенденций распределения продовольственных ресурсов, ценовые колебания на мировых рынках.

В течение последних десятилетий в мировой практике наблюдается процесс структуризации больших групп предприятий в корпорации, связанные единой логистической системой (мезологистические). Данная тенденция характерна и для аграрного комплекса. Глобальные сети позволяют организовать логистическую систему корпорации вне зависимости от географического положения предприятий. Логистика корпорации (мезологистика) носит в основном информационный характер. Чем выше уровень логистической системы, тем больше внимания уделяется информационным потокам и меньше материальным.

Вторая группа логистических систем представляет собой крупную организационно-экономическую систему управления, охватывающую посреднические, торговые и транспортные организации и предприятия различных ведомств, а также инфраструктуру экономики отдельной страны или группы стран.

Как показывает опыт экономически развитых государств, использование данных систем ведет к сокращению транспортных расходов на 7–20%; затрат на погрузочно-разгрузочные работы и хранение материальных ресурсов и готовой продукции на 15–30%; общих логистических издержек на 12–15%. Кроме того, ускоряется оборачиваемость материальных ресурсов на 20–40%, а запасы снижаются на 50–100% [4, 7, 14].

Следующая тенденция, присущая современной логистике в аграрной сфере, связана с тем, что во многих странах на государственном уровне созданы и функционируют соответствующие министерства или институты. Их деятельность выражается не только в формировании нормативно-правовой базы, но и использовании финансово-кредитных рычагов, реализации координационных функций через государственные центры и заключении государственных контрактов, связанных с выполнением целевых программ [3, 5, 6].

Среди государств-членов Европейского Союза (ЕС) особый интерес представляет опыт Нидерландов. В стране функционирует Национальный международный совет по распределению, который работает по принципу отраслевого союза или ассоциации. Вместе с тем Министерство транспорта и водного хозяйства Королевства Нидерландов финансирует реализацию крупных национальных инфраструктурных проектов [6, 7, 8].

Во Франции политику в области логистики формирует Министерство экологии, энергетики, долгосрочного развития и обустройства территории. При этом крупные проекты в сфере логистики реализуются на принципах партнерства государства и регионов. В Чехии главную роль в развитии логистики играют Министерство транспорта, Министерство промышленности и торговли, Чешская логистическая ассоциация. В Латвии разработкой политики в сфере логистики занимается Министерство сообщений. При этом конкретную работу по ее реализации проводят пять ассоциаций: Балтийская ассоциация транспорта и логистики, Ассоциация логистики и таможенных брокеров, Латвийская ассоциация транзитного бизнеса, Латвийская ассоциация автоперевозчиков, Латвийская национальная ассоциация экспедиторов грузов.

В Великобритании функционирует Департамент транспорта, который отвечает за развитие логистики. Однако строительством и эксплуатацией логистических центров занимаются исключительно частные компании, а государство создает для этого благоприятные инвестиционные условия.

Логистические центры в Швейцарии представляют собой частные предприятия, созданные как акционерные общества. Они являются членами отраслевого Союза швейцарских предпринимателей в области экспедиторских и логистических услуг,

который представляет их коллективные интересы. Роль государственных органов заключается в обеспечении законодательной и нормативной базы, оказании содействия этим фирмам при их выходе на зарубежные рынки, а также в защите их интересов за рубежом [6, 7, 8].

Начиная с 1990-х годов в США и Японии стали создаваться стратегические хозяйственные центры, на которых были возложены задачи по разработке целевых логистических программ, организации их реализации и освоения рынков сбыта продукции АПК. С 2000-х годов получили развитие центры по закупкам продукции, координирующие работу отделов снабжения предприятий пищевой промышленности с поставщиками сельскохозяйственного сырья. В настоящее время во Франции существует широкая сеть государственных организаций, занимающихся вопросами оптовой торговли.

Для формирования государственных заказов, обеспечивающих выполнение целевых программ, в США образована государственная контрактная система. Координационные функции по выдаче заказов выполняет Управление государственных заказов, которое определяет федеральные министерства и ведомства – заказчиков. Непосредственно организацию материально-технического обеспечения осуществляют фирмы, управляющие программами и выполняющие на контрактной основе заказы. Эти организации устанавливают подрядчиков и субподрядчиков, которые на договорных началах участвуют в реализации отдельных компонентов программ [14].

В странах с развитой рыночной экономикой со сложившимся общегосударственным или межгосударственным рынком (например, ЕС) сформировалась единая рыночная система с межрегиональным разделением труда, мощной транспортно-распределительной системой. При этом производство концентрируется в оптимальных с производственной и экономической точки зрения зонах, продукция обрабатывается и перерабатывается на местах, а затем транспортируется в центры потребления. Особенностью является то, что размещение субъектов хозяйствования происходит не по национальному принципу, а в странах и регионах с низкими производственными затратами (например немецкие предприятия в Польше, американские – в Мексике, японские – в Китае) [5, 8, 10].

Проведенные исследования позволили обосновать механизмы организации логистики сбыта аграрной продукции, реализуемые посредством:

- организационных мероприятий, включающих участие в формировании государственных и региональных ресурсов и конкурсном размещении их среди поставщиков и заготовителей, проведение закупочных интервенций и залоговых операций, заключение межрегиональных соглашений по поставкам, содействие в создании и обеспечении функционирования региональных торгово-закупочных организаций, товарных бирж, интегрированных объединений;

- нормативно-правового обеспечения, предполагающего инициирование, участие в разработке, содействие в принятии и выполнении законов, положений, правил, уставов и других документов, регламентирующих производственно-сбытовую деятельность;

- научно-методического подхода, основанного на обобщении опыта по вопросам реализации, постоянном повышении уровня квалификации кадров, внедрении прогрессивных форм продвижения продукции и организации исследования внешнего и внутреннего рынков.

Исследования показывают, что сбыт сельскохозяйственной продукции и вырабатываемых из нее продовольственных товаров в странах Европейского Союза (ЕС), Соединенных Штатов Америки (США) и Японии осуществляется через подсистемы, каждая из которых характеризуется значительным разнообразием организационно-технологических форм (рисунок 1).

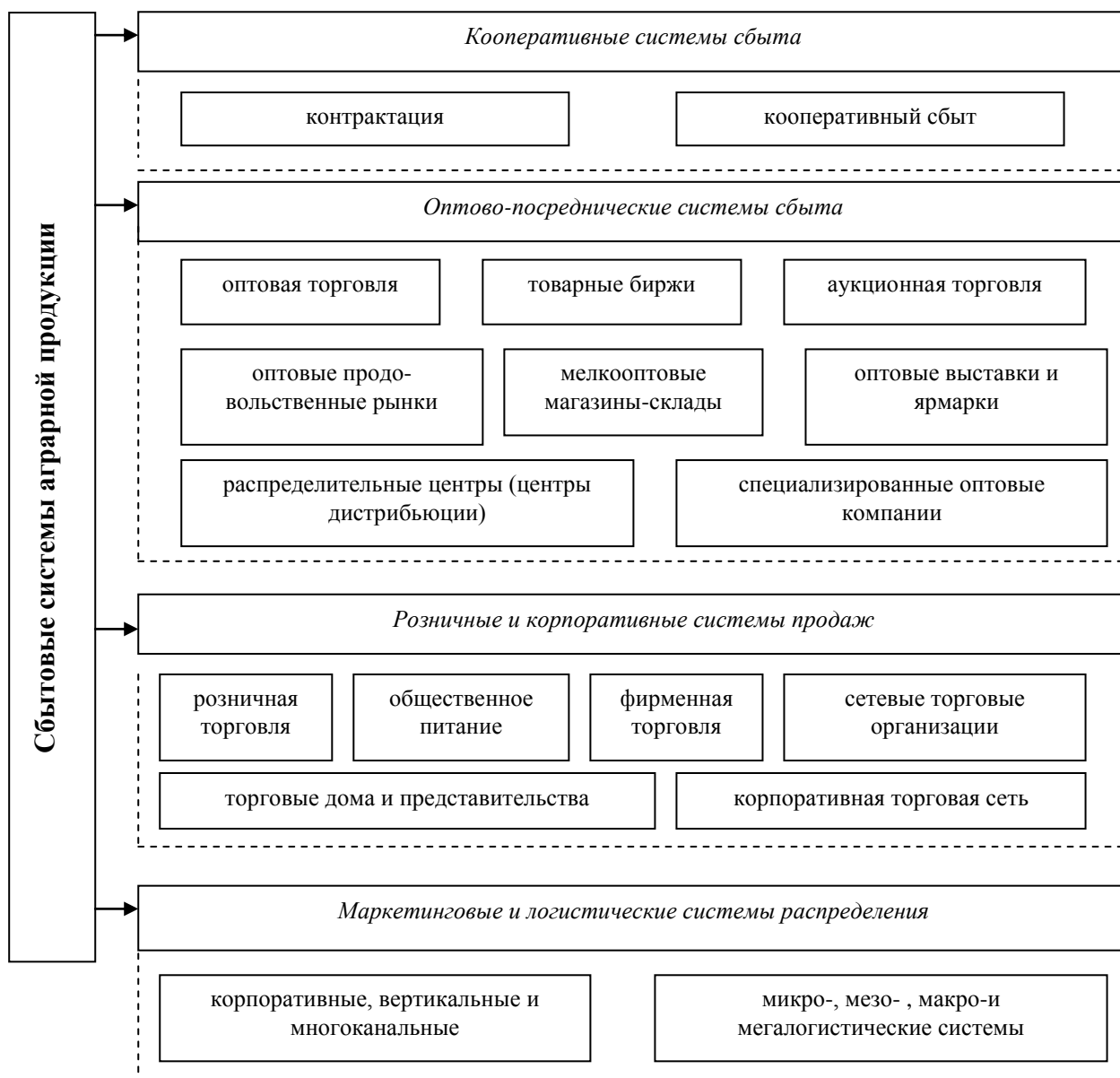


Рисунок 1 – Сбытовые системы аграрной продукции за рубежом

Источник: собственная разработка

Особое развитие в системе вертикальной интеграции сельского хозяйства, перерабатывающих отраслей и торговой сферы в странах с развитой рыночной экономикой получили *кооперативные системы сбыта*. Эффективность таких форм распределения и продвижения продукции определяется политико-правовыми, ресурсными, экономическими, организационными, социальными и инновационными факторами.

Анализ показывает, что в США, Японии и большинстве европейских государств сельскохозяйственные кооперативы объединяют значительную часть фермеров: от почти полного охвата (Нидерланды, Дания, Ирландия) до 80% (Франция и Германия). При этом в США кооперативы поставляют на рынок 30% всей товарной продукции, Японии – около 90%, скандинавских странах – 80–85% (рис. 2) [8, с. 63].

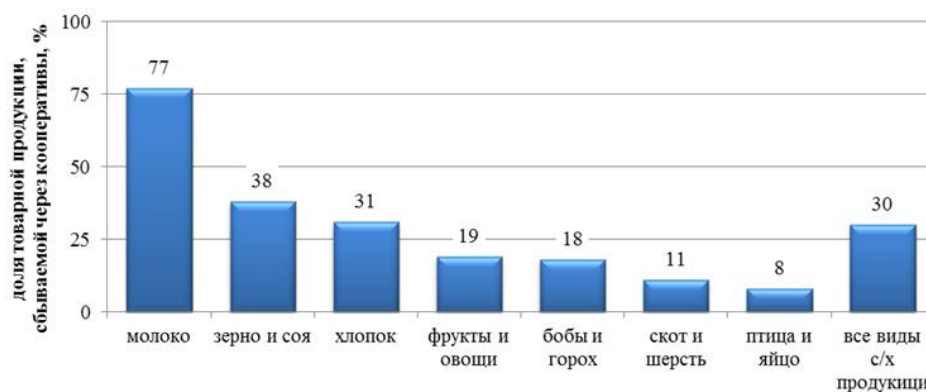


Рисунок 2 – Доля товарной продукции, реализуемой через кооперативы в США, %  
 Источник: Рисунок выполнен на основании [8, с. 96].

Установлено, что сбытовая кооперативная деятельность основывается как на простейших горизонтальных связях между фермерами (кооператив – добровольное объединение его членов по поводу совместной продажи своей продукции), так и на более сложных элементах – вертикальной интеграции (переработка сельхозпродукции, оптовая торговля и т.п.). В большинстве стран современная сбытовая и сбыто-перерабатывающая кооперация фермеров имеет многоступенчатую отраслевую структуру, в рамках которой продукт проходит путь от фермы до оптовой или розничной торговли готовыми продовольственными товарами. В основу такой структуры положен принцип горизонтально-вертикальной кооперативной интеграции.

Фермеры одной деревни или района объединены в один или несколько местных первичных кооперативов по профилю деятельности, что позволяет им формировать региональное (провинциальное) кооперативное объединение и входить в общенациональный союз – высшее звено всей многоступенчатой кооперативной системы.

Для укрепления своих позиций в конкурентной борьбе с частными агропромышленными фирмами сбытовые кооперативы ведут целенаправленную деятельность по повышению качества и однородности сырья, производимого в хозяйствах их членов. При этом высокий удельный вес в реализации того или иного вида сельхозпродукции свидетельствует о том, что они контролируют значительную часть некоторых отраслей пищевой промышленности. Так, в Дании, Нидерландах, Франции кооперативный сектор обеспечивает 40–50% объема перерабатывающей продукции [5, с. 96]. В ряде случаев кооперативы организуют переработку и сбыт специализированной продукции, реализуемой на внешний рынок, создавая для этих целей производственно-сбытовые системы.

*Контрактация* предусматривает заключение договора между фермерами и предприятиями-интеграторами на производство и сбыт определенных видов продукции [10, с. 20]. Степень продажи товаров по контрактам в ЕС весьма высока. Так, выращенная сахарная свекла в Германии, Бельгии, Ирландии, Дании, Франции полностью реализуется таким методом, Италии – на 87%. В Нидерландах, Бельгии, Великобритании и Ирландии по контрактам продается 90% мяса птицы, Бельгии и Нидерландах – более 90% откормочного поголовья крупного рогатого скота и свыше половины поголовья мясных свиней, 70% картофеля [5, с. 10].

Важную роль в сбыте сельскохозяйственного сырья играет *биржевая торговля*. В первую очередь это относится к США, Канаде, Германии, Бельгии и Австралии. Биржевая торговля сельскохозяйственным сырьем охватывает почти все виды животноводческой продукции и значительную часть растениеводства.

Роль *аукционов* в международной торговле аграрной продукцией велика. Например, в Бельгии функционирует 17 аукционов по сбыту плодоовощной продукции и

около 25 филиалов, Нидерландах – 40.

*Оптовый продовольственный рынок* представляет собой совокупность организационно-экономических и нормативно-правовых условий, регламентирующих и обеспечивающих совершение операций по купле-продаже сельскохозяйственного сырья и продовольствия в специально отведенных местах [11, 12].

Во Франции на оптовых рынках сбывается 45% овощей и фруктов, более 50% яиц, 50% поголовья крупного рогатого скота, 3/4 овец, 20% свиней. В Германии фермеры продают оптовикам около половины всего зерна, свыше 60% овощей, фруктов и скота, почти весь картофель и 50% яиц.

В США оптовые торговцы закупают у фермеров большую часть реализуемого скота, шерсти, табака, масличного сырья, хлопка, овощей и фруктов.

В Японии удельный вес овощей и фруктов, реализуемых через оптовые рынки, составлял 76%, рыбы и морепродуктов – 85, мяса – 75, цветов – 83% [3].

В настоящее время оптовые рынки существуют в 34 странах, в основном Европы и Америки. Действует Всемирный союз оптовых рынков.

*Распределительный центр* – это складской комплекс, который получает товары от предприятий-производителей или от предприятий оптовой торговли (например, которые находятся в других регионах страны или за границей) и распределяет их более мелкими партиями заказчикам (предприятиям мелкооптовой или розничной торговли) через свою или их товаропроводящую сеть. Поэтому поставки розничным торговым организациям бакалейных товаров они осуществляют самостоятельно, а скоропортящейся продукции – через оптовые продовольственные рынки.

К примеру, на рисунке 3 нами приведена схема Еврологистического распределительного центра. Еврологистический распределительный центр базируется на трех взаимосвязанных в единой системе составляющих: средствах, функциях и управляющих воздействиях. Теоретическую базу такого центра составляют экономическая теория и межгосударственные отношения в Европе; закономерности глобализации процессов; теория переходных потоковых процессов через национальные границы.

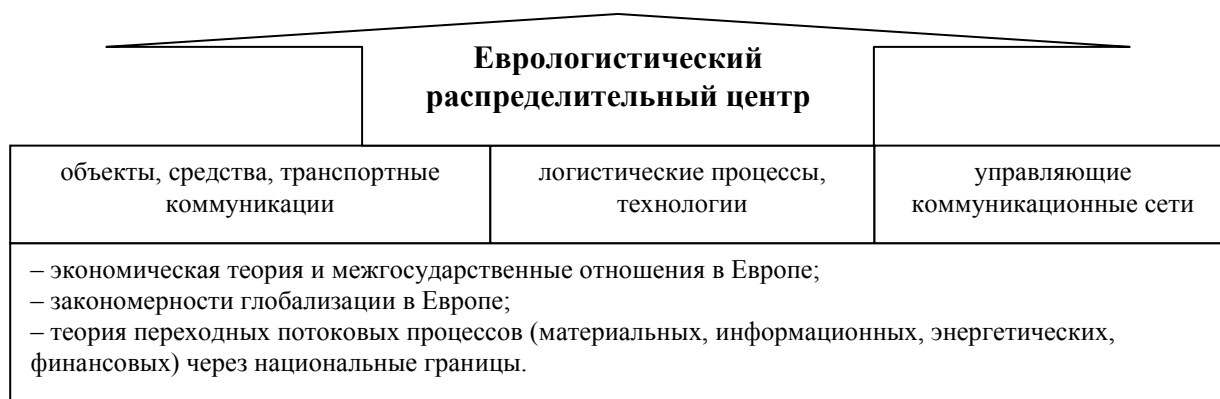


Рисунок 3 – Концепция Еврологистического распределительного центра

Источник: рисунок выполнен на основании [8, 9].

Основными целями *ярмарочных торгов* являются заключение прямых договоров между продавцами и покупателями, достижение предварительных договоренностей о сотрудничестве, проведение рекламной кампании и доведение информации до потенциальных потребителей. В настоящее время широкое распространение получили оптовые ярмарки международного или общегосударственного масштаба. Организатором могут выступать органы государственной власти, крупные коммерческие структуры, специализированные фирмы-организаторы.

В последние годы большими темпами стали развиваться *специализированные оптовые компании*.

Современные каналы сетевой торговли занимают значительную нишу на рынках Восточной Европы. Так, например, в Чехии 71% оборота наиболее популярных категорий продуктов проходит через эти каналы. В России этот показатель значительно ниже, вместе с тем последние 10 лет наблюдается тенденция роста.

Установлено, что большинство ведущих глобальных розничных продавцов – американские и европейские фирмы. Многонациональные компании расширяют свои рынки сбыта в развивающихся странах, а небольшие розничные фирмы снижают свою долю в реализации продовольствия. Наиболее крупные 15 глобальных компаний обеспечивают свыше 30% мировых продаж супермаркетов. Это обусловлено тем, что, обладая современными технологиями и экономически эффективными системами и размерами, эти продавцы получают значительные преимущества по эксплуатационным расходам перед небольшими местными торговыми организациями.

В зарубежной практике широко применяются *маркетинговые системы* реализации сельскохозяйственного сырья и продовольствия (вертикальные, горизонтальные и многоканальные). Результаты проведенного исследования показывают, что первый вид предполагает полное сотрудничество всех членов канала распределения и включает производителя, одного или нескольких оптовых, а также розничных посредников. Горизонтальная форма ориентирована на сотрудничество независимых компаний сходного статуса (по объемам товарооборота, финансовому положению в одной отрасли, одного уровня безопасности и т.д.). Объединяя свои усилия на постоянной или временной основе, участники системы могут осуществлять совместные закупки товаров, кооперацию по ассортименту (перекрестные поставки), месту нахождения, защите от риска (оплата услуг по охране), по рекламе и др. Многоканальные системы предполагают использование всех возможных вариантов каналов сбыта производителем с целью расширения и интенсификации распределения сельскохозяйственной продукции. При этом применяются прямые поставки (каналы нулевого уровня), создаются собственные сети продаж (региональные, международные), привлекаются все виды посредников (оптовые, розничные, агенты, дилеры, дистрибьютеры).

Актуальность логистики усиливается возможностью повысить эффективность функционирования товаропроводящих и товаросопровождающих сетей. По оценкам специалистов, современное логистическое управление потоковыми процессами позволяет экономить до 15–20% совокупных издержек по производству и доведению товаров до потребителей. Нами проведено международное сопоставление расходов на сбытовую логистику аграрной продукции и выявлены существенные различия по отдельным странам мира (таблица 1).

Таким образом, развитие современных логистических систем сбыта аграрной продукции за рубежом зависит в первую очередь от рыночной конъюнктуры, новых технологий, государственного регулирования; развития вертикальной интеграции и тенденций к слиянию однородных компаний, совмещения различных уровней и функций маркетинга в пределах одной фирмы; изменений структуры потока сельскохозяйственного сырья и продовольствия по каналам реализации; расширения прямых торговых связей фермеров с крупными оптовиками, контролирующими количество и качество продовольственных товаров.

Таблица 1 – Затраты на сбытовую логистику аграрной продукции в некоторых странах мира, %

Страны	Расходы на содержание запасов и учет заказов	Складирование	Транспорт
Франция	31	24	45
Бенилюкс	47	22	31
Германия	30	33	37
Италия	28	34	38
Великобритания	24	28	48
Страны Средней Европы	32	28	40
США	35	20	45
Канада	30	25	45

Источник: таблица составлена на основании [14, с. 40].

Формирование современной системы сбыта аграрной продукции в Республике Беларусь на основе зарубежного опыта предполагает налаживание продуктивных взаимоотношений всех хозяйствующих субъектов в процессе выстраивания рациональных каналов распределения. Перспективными направлениями их развития в нашей стране, по результатам нашего исследования, должны быть:

- повышение конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции и продовольствия на основе инновационного развития отрасли, комплексной модернизации технико-технологической базы АПК;

- обеспечение адекватности продовольственных поставок удовлетворению потребностей населения; гарантию экологической безопасности продуктов;

- функционирование сбытовой инфраструктуры, обеспечивающей создание условий для широкого развития всех форм аграрного предпринимательства и бизнеса при выходе на целевые рынки;

- расширение договорных форм реализации сельскохозяйственной продукции, развитие сбытовой агропромышленной интеграции, активное использование оптовых рынков, аукционов и бирж;

- модернизация организационно-технической основы системы распределения и продвижения сельскохозяйственной продукции и продовольствия на внешний и внутренний рынки.

Создание эффективной товаропроводящей рыночной инфраструктуры, по опыту развитых стран, во многом зависит как от творческой инициативы самих участников рынка, так и от деятельности государственных органов управления, экономической политики по развитию продовольственного рынка. К приоритетным направлениям развития сбытовой инфраструктуры в национальном АПК следует отнести:

- поддержка и строительство новых хранилищ, позволяющих обеспечить продолжительное и качественное хранение произведенной сельскохозяйственной продукции;

- участие организаций АПК в торговых и закупочных интервенциях на рынке сельскохозяйственной продукции, проводимых уполномоченными организациями, в тендерах на закупки продовольствия для государственных нужд;

- дальнейшее развитие биржевой торговли, широкое применение форвардных и фьючерсных контрактов;

- широкое использование в хозяйственной практике механизма двойных складских свидетельств, позволяющих сгладить сезонные колебания цен на сельскохозяйственную продукцию;

- развитие системы оптовых продовольственных рынков, создание условия для непосредственного контакта товаропроизводителей и потребителей продукции;



– дальнейшая информатизация аграрного рынка, обеспечение предприятий актуальной информацией о состоянии продовольственного рынка республики и за рубежом;

– развитие экспортного потенциала республики и оптимальный выход продукции АПК на внешний рынок.

### Список использованных источников

1. Алесинская, Т. В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 116 с.
1. Alesinskaja, T. V. Osnovy logistiki. Funkcional'nye oblasti logisticheskogo upravlenija [Basics of logistics. Functional areas of logistics management] / T. V. Alesinskaja. – Taganrog: Izd-vo TTI JuFU, 2010. – 116 s.
2. Баркан, Д. И. Управление сбытом: учеб. пособие. / Д. И. Баркан. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004. – 344 с.
2. Barkan, D. I. Upravlenie sbytom: ucheb. posobie. [Sales Management] / D. I. Barkan. – SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta, 2004. – 344 s.
3. Воробьев, С. Развитие оптовых продовольственных рынков в странах с переходной экономикой / С. Воробьев // Агроэкономика. – 2005. – № 11. – С.56–58.
3. Vorob'ev, S. Razvitie optovyh prodovol'stvennyh rynkov v stranah s perehodoj jekonomikoj [Development of wholesale food markets in countries with economies in transition] / S. Vorob'ev // Agrojekonomika. – 2005. – № 11. – S.56–58.
4. Гордон, М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. – 200 с.
4. Gordon, M. P. Logistika tovarodvizhenija [Logistics of goods movement] / M. P. Gordon, S. B. Karnauhov. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Centr jekonomiki i marketinga, 2001. – 200 s.
5. Гусаков, В.Г. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 252 с.
5. Gusakov, V.G. Sovershenstvovanie sistemy sbyta v agroprovodol'stvennoj sfere. Teorija, metodologija, praktika [Improvement of the sales system in the agro-food industry. Theory, methodology, practice] / V.G. Gusakov [i dr.]. – Minsk: Institut sistemnyh issledovanij v APK NAN Belarusi, 2010. – 252 s.
6. Левкин, Г. Г. Логистика в АПК: учеб. пособие. 2-е изд. / Г. Г. Левкин. – М.: Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 245 с.
6. Levkin, G. G. Logistika v APK: ucheb. posobie. 2-e izd. [Logistics in agribusiness] / G. G. Levkin. – M.: Berlin: Direkt-Media, 2014. – 245 s.
7. Логистика: учеб. пособие / И. М. Баско [и др.]; под ред. И. И. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2007. – 431 с.
7. Logistika: ucheb. posobie [Logistics] / I. M. Basko [i dr.]; pod red. I. I. Poleshhuk. – Minsk: BGJeU, 2007. – 431 s.
8. Назаренко, В.И. Рынок продовольствия на Западе: монография / В.И. Назаренко. – Москва: Ин-т Европы РАН: Русский сувенир, 2008. – 296 с.
8. Nazarenko, V.I. Rynok prodovol'stvija na Zapade: monografija [Food market in the West: monograph] / V.I. Nazarenko. – Moskva: In-t Evropy RAN: Russkij suvenir, 2008. – 296 s.
9. Нуралиев, С. Оптовая торговля продовольствием: проблемы и задачи / С. Нуралиев, Д. Нуралиева // АПК: экономика, управление. – 2008. – № 8. – С.50–52.
9. Nuraliev, S. Optovaja trgovlja prodovol'stvijem: problemy i zadachi [Wholesale of food: problems and tasks] / S. Nuraliev, D. Nuralieva // APK: jekonomika, upravlenie. – 2008. – № 8. – S.50–52.
10. Организация системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина, П.В. Лещиловский, И.В. Мирочичская и др. – Минск: БГЭУ, 2001. – 175 с.
10. Organizacija sistemy sbyta sel'skohozjajstvennoj produkcii [Organization of agricultural products distribution system] / Z.M. Il'ina, P.V. Leshhilovskij, I.V. Mirochickaja i dr. – Minsk: BGJeU, 2001. – 175 s.
11. Папцов, А. Контракция и сбытовая кооперация в системе интеграционных отношений в аграрном секторе стран Европейского Союза / А. Папцов // АПК: экономика, управление. – 2008. – № 9. – С.63–67.
11. Papcov, A. Kontraktacija i sbytovaja kooperacija v sisteme integracionnyh odnoszenij v agrarnom sektore stran Evropejskogo Sojuza [Contract and marketing cooperation in the system of integration relations in the agricultural sector of the countries of the European Union] / A. Papcov // APK: jekonomika, upravlenie. – 2008. – № 9. – S.63–67.
12. Фетюхина, О.Н. Динамика структур подсистем оптовой и розничной торговли глобальной цепи
12. Fetjuhina, O.N. Dinamika struktur podsystem optovoj i roznichnoj trgovli global'noj cepi

продовольствия / О.Н. Фетюхина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 4 (60). – С.67–74.

13. Хмельницкая, З. Б. Формирование логистических систем агропромышленного комплекса с использованием информационно-консультационных служб / З. Б. Хмельницкая, С. Ю. Золотухин // Известия УрГЭУ. – 2015. – № 5 (61). – С. 125–129.

14. Храмаженко, Н. В. Зарубежный опыт использования логистики в сфере обращения / Н. В. Храмаженко // Потребительская кооперация. – 2007. – № 3(18). – С. 40–45.

prodovol'stviya [Dynamics of the structures of subsystems of wholesale and retail trade of the global food chain] / O.N. Fetjuhina // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2015. – № 4 (60). – S.67–74.

13. Hmel'nickaja, Z. B. Formirovanie logisticheskikh sistem agropromyshlennogo kompleksa s ispol'zovaniem informacionno-konsul'tacionnyh sluzhb [Formation of logistics systems of the agro-industrial complex with the use of information and consulting services] / Z. B. Hmel'nickaja, S. Ju. Zolotuhin // Izvestija UrGJeU. – 2015. – № 5 (61). – S. 125–129.

14. Hramazhenko, N. V. Zarubezhnyj opyt ispol'zovanija logistiki v sfere obrashhenija [Foreign experience of using logistics in the sphere of circulation] / N. V. Hramazhenko // Potrebitel'skaja kooperacija. – 2007. – № 3(18). – S. 40–45.