

УДК 339.13: 338.439

ПРОБЛЕМЫ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Минаков Иван Алексеевич

доктор экономических наук, профессор

ekark@yandex.ru

Рогов Матвей Александрович

студент

rogovmatvej1@gmail.com

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены состояние и особенности сбытовой деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, конъюнктура агропродовольственного рынка, выявлены факторы, определяющие предложение и спрос на этом рынке, обоснованы основные направления по улучшению сбытовой деятельности в условиях наращивания производства сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, рынок, спрос, предложение, импорт, экспорт, кооперация, Россия.

Экономическая эффективность сельского хозяйства в значительной степени определяется сбытовой деятельностью товаропроизводителей, которая в первую очередь предполагает поиск наиболее выгодных каналов реализации продукции на основе маркетинговых исследований рынка. Сбыт продукции в сельском хозяйстве определяется специфическими особенностями отрасли, такими как зависимость предложения продукции от погодных условий, постоянный спрос на продовольствие, колебание объемов производства сельскохозяйственной продукции и цен на нее в течение года, наличие скоропортящейся и малотранспортабельной продукции. Перечисленные особенности сельского хозяйства необходимо учитывать при организации сбытовой деятельности товаропроизводителей [1-4].

Результаты сбытовой деятельности определяются объемами продаж, конкуренцией, предложением и спросом на агропродовольственном рынке. На рынке сельскохозяйственной продукции преобладает совершенная конкуренция, на рынке продовольствия – монополистическая конкуренция. В первом случае товаропроизводители вынуждены приспосабливаться к условиям рынка и не влияют на уровень цен, во втором случае – производители могут в определенной степени влиять на них за счет продуктовой дифференциации [11, 12].

Предложение на внутреннем рынке определяется объемами производства продукции, импортом и экспортом. За годы реализации Госпрограммы развития сельского хозяйства возросло производство сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. Так, за 2015-2019 гг. производство зерна увеличилось на 16,3 млн. т, или на 15,5%, подсолнечника – на 5,5 млн. т, или на 55,6%, сахарной свеклы – на 15,4 млн. т, или 39,5%, овощей – на 0,9 млн. т, или 6,8%, молока – на 1,4 млн. т, или 4,7%, скота и птицы (в убойном весе) – на 1,4 млн. т, или 14,7%, растительного масла – на 2,0 млн. т, или 42,6%, сахара – на 2,6 млн. т, или на 55,3%. Однако наблюдается сокращение производства картофеля на 3,3 млн. т, или на 13,0% в результате невысокого уровня государственной поддержки отрасли.

Предложения сельскохозяйственной продукции определяются не только объемами ее производства, но и уровнем его товарности, который колеблется по видам продукции: скоту и птице - 89,8%, сахарной свекле – 87,7%, семенам подсолнечника – 87,1%, зерну – 72,3%, молоку – 72,3%, овощам - 46,0%, плодам и ягоде - 42,4%, картофелю - 30,5%. Товарность производства различается по категориям хозяйств. Высокотоварное производство характерно для сельскохозяйственных организациях и фермерских хозяйствах, низкотоварное производство - для хозяйств населения [9].

Реализация программы импортозамещения способствовала наращиванию объема реализованной сельскохозяйственной продукции отечественного производства (табл. 1). За 2015-2019 гг. хозяйства всех категорий увеличили объем реализации зерна на 12,8 млн. т, или на 17,1%, сахарной свеклы – на 13,6 млн. т, или на 39,9%, семян подсолнечника – на 5,9 млн. т, или на 78,6%, овощей – на 1,1 млн. т, или 20,4%, скота и птицы (в живой массе) – 1,9 млн. т, или 16,2%, молока – 2,7 млн. т, или на 13,6%, яиц – на 3,2 млрд шт., или на 3,1%. В то же время сократился объем реализации картофеля и шерсти из-за спада производства и снижения уровня товарности продукции.

Однако предложение некоторых видов продукции (фруктов, овощей, говядины, молока) в значительной степени формируется за счет импорта. В 2019 г. в объеме потребленных фруктов на долю импорта приходилось 70,3%, молока - 19,5%, овощей – 16,0%. Принимаемые меры по развитию сельского хозяйства способствовали сокращению импорта. За 2015-2019 гг. импорт молока сократился с 8,0 до 6,7 млн. т, или на 16,3%, фруктов - с 6,5 до 6,4 млн. т, или на 1,5%, овощей – с 2,6 до 2,4 млн. т, или на 7,7%. В продовольственных ресурсах розничной торговли доля импорта составляет 25%; в товарных ресурсах сухого молока и сливок – 41,3%, говядины – 33,1%, сыров – 30,2%, масла животного – 28,0%. Наличие большого объема импортной продукции на внутреннем рынке создают трудности со сбытом отечественной продукции.

Таблица 1

Реализация сельскохозяйственной продукции хозяйствами всех категорий в России

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Зерно	74,8	83,1	92,9	95,6	87,6
Сахарная свекла	34,1	43,6	46,5	41,3	47,7
Подсолнечник	7,5	8,8	9,4	10,6	13,4
Картофель	6,9	6,8	6,7	6,7	6,6
Овощи	5,4	5,5	6,0	6,3	6,5
Скот и птица (в живом весе)	11,7	12,2	12,9	13,3	13,6
в том числе					
крупный рогатый скот	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2
свиньи	3,5	3,9	4,1	4,5	4,7
птица	5,7	5,8	6,2	6,3	6,3
Молоко	19,8	20,3	21,0	21,5	22,5
Яйца, млрд шт.	31,8	32,2	33,7	34,2	35,0
Шерсть, тыс. т	42,1	43,1	35,1	32,8	34,5

Трудности с реализацией некоторых видов продукции обусловлены не только конкуренцией со стороны импортной продукции, но и низким платежеспособным спросом населения, ростом объемов ее производства [6]. Высокий уровень самообеспечения по зерну, растительному маслу, сахару, мясу птиц, который превышает пороговое значение, установленное Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации, свидетельствует о наличии невостребованной продукции на внутреннем рынке.

Решению проблемы реализации произведенной продукции способствует развитие аграрного экспорта. В Госпрограмме развития сельского хозяйства намечено к 2025 г. довести объем аграрного экспорта до 45 млрд долларов, или по сравнению с 2019 г. увеличить на 75,8%. Для некоторых видов продукции экспорт стал важным каналом ее реализации. Так, в 2019 г. экспорт зерна составил 34,9% валового сбора. Резко возрос экспорт растительного масла и сахара. Однако необходимо отметить, что развитие аграрного экспорта способствует росту цен на внутреннем рынке. Поэтому для стабилизации цен необходимо государственное его регулирование экономическими методами [7, 13].

Сельскохозяйственные товаропроизводители большую часть продукции (77-98%) реализуют перерабатывающим организациям и оптовой торговле. На

рынке они реализуют 16,8%, потребкооперации – 0,5%, населению и работникам в порядке оплаты труда – 4,5%, по бартерным сделкам – 1,5% реализованной продукции. Цены по каналам реализации колеблются, что сказывается на рентабельности продаж. Как правило наиболее высокая цена наблюдается при реализации продукции перерабатывающим предприятиям и на рынке, наиболее низкая – населению через общепит и в счет оплаты труда. Перерабатывающие организации выступают монополистами и в определенной степени диктуют свои цены, хотя их производственные мощности используются не полностью.

Наиболее успешно сбытовой деятельностью занимаются крупные агропромышленные формирования, которые сами производят, перерабатывают и реализуют продукцию. К таким организациям можно отнести агропромышленный холдинг «Мираторг», группу компаний «Черкизово», АО «Холдинговая компания «АК БАРС», агрохолдинг «Сады Придонья», группа компаний «РусАгро», холдинг «ЭКО-Нива-АПК» и др. Эти формирования успешно работают с торговыми сетями, так как имеют прочную материально-техническую базу переработки и хранения продукции и возможность ее поставлять в торговые организации в течение всего года.

У малых форм хозяйствования возникают трудности с реализацией продукции, хотя они производят значительную часть сельскохозяйственной продукции. Такие хозяйства, являясь поставщиками малых партий продукции, не интересуют торговые сети, и они практически не участвуют в конкурсных торгах по государственным закупкам сельскохозяйственной продукции.

Улучшению сбытовой деятельности в этих формах хозяйствования будет способствовать создание сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Для этого необходимо создавать закупочные, перерабатывающие и торговые кооперативы. Участниками этих кооперативов могут быть не только малые формы хозяйствования, но другие организации агропромышленного комплекса [5, 14]. Кроме того, они могут создать сельскохозяйственные кооперативные рынки на территории муниципальных образований. Это будет

способствовать вовлечению в товарооборот произведенной, но невостребованной на рынке сельскохозяйственной продукции, увеличению доходов товаропроизводителей и снижению потребительской цены за счет ликвидации посредников.

Важная роль в реализации продукции играет маркетинг, который планирует ассортимент продукции на основе изучения рынка и организует сбыт продукции [10, 15].

Важным условием успешной сбытовой деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей является улучшение качества продукции, которое в значительной степени определяет ее конкурентоспособность. Реализуемая продукция сельскохозяйственными организациями недостаточно высокого качества. В 2018 г. они реализовали молока высшего сорта 72,4%, крупного рогатого скота первой категории упитанности – 70,3%, свиней первой категории упитанности – 55,2%, овец и коз высшей упитанности – 50,1%. Внедрение системы менеджмента качества на сельскохозяйственных предприятиях является необходимым условием производства высококачественной продукции [8].

С целью улучшения сбытовой деятельности товаропроизводители могут участвовать в ярмарках, государственных и региональных тендерах, использовать Интернет-ресурсы и розничные рынки. Перспективным направлением реализации сельскохозяйственной продукции является организация системы оптовых продовольственных рынков, которые хорошо себя зарекомендовали во многих странах. Решению проблемы сбыта продукции будет способствовать создание логистических центров.

Список литературы:

1. Жидков, С.А. Российский экспорт зерна требует совершенствования / С.А. Жидков // АПК: Экономика, управление. - 2011. - № 4. - С. 52-56.
2. Жидков, С.А. Состояние и перспективы развития мирового рынка

продовольственного зерна / С.А. Жидков, Е.А. Воронина // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2019. - № 1. - С. 154-156.

3. Кузичева, Н.Ю. Направления повышения устойчивости развития рынка зерна / Н.Ю. Кузичева, С.А. Жидков // Никоновские чтения. - 2018. - № 23. - С. 38-40.

4. Кузичева, Н.Ю. Проблемы повышения устойчивости развития рынка зерна / Н.Ю. Кузичева, С.А. Жидков // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей X Международной научно-практической конференции, 2019. - С. 127-131.

5. Минаков, И.А. Организационно-экономический механизм функционирования сельскохозяйственных кооперативов и агропромышленных формирований: монография / И.А. Минаков, Н.И. Куликов // И.А. Минаков, Н.И. Куликов. - Тамбов: ТГТУ, 2005. – 130 с.

6. Минаков, И.А. Перспективы импортозамещения на региональном агропродовольственном рынке / И.А. Минаков // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2017. - № 1. – С. 98-105.

7. Минаков, И.А. Проблемы возрождения промышленного овощеводства / И.А. Минаков, А.В. Бекетов, А.В. Зюзя // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. - № 3. – С. 27-30.

8. Минаков, И.А. Управление качеством сельскохозяйственной продукции / И.А. Минаков, Н.И. Воронова // Аграрная наука. – 2005. - № 6. – С. 9-11.

9. Минаков, И.А. Экономическая эффективность различных форм собственности и хозяйствования в Тамбовской области / И.А. Минаков, В.А. Солопов, Н.И. Куликов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1998. - № 11. – С. 46-48.

10. Минаков, И.А. Экономика предприятий АПК: учебник / И.А. Минаков. – Мичуринск: Изд-во Мичуринский ГАУ, 2019. – 275 с.

11. Никитин, А.В. Особенности государственного регулирования рынка зерна в России на современном этапе / А.В. Никитин, С.А. Жидков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2017. - № 6. - С. 57-60.
12. Основные направления регулирования регионального рынка зерна и хлебопродуктов в условиях транзитарной экономики: монография / В.Н. Карев, И.П. Шаляпина, В.А. Солопов, С.А. Жидков. -Тамбов: Юлис, 2002. – 168 с.
13. Kulikov, I. A socio-economic study of the food sector: the supply side / I. Kulikov, I.A. Minakov // European Research Studies Journal. - 2018. - Т. 21. - № 4. - С. 174-185.
14. Kulikov, I.M. Development of agricultural production cooperation in Russia: issues and / I.M. Kulikov, I.A. Minakov // Prospects. - 2019. - Т. 19. - № 1. - С. 247.
15. Solopov, V.A. Food safety in the sphere of production and consumption of vegetable products / V.A. Solopov, I.A. Minakov // International Journal of Engineering and Technology (UAE). - 2018. - Т. 7. - № 4. - С. 523-527.

UDC 339.13: 338.439

PROBLEMS OF MARKETING OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Minakov Ivan Alekseevich

Doctor of Economics, Professor

ekapk@yandex.ru

Rogov Matvey Alexandrovich

student

rogovmatvej1@gmail.com

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. The article considers the state and features of the marketing activities of agricultural producers, the conjuncture of the agri-food market, identifies the factors that determine supply and demand in this market, and substantiates the main directions for improving sales activities in the context of increasing agricultural production.

Key words: sales activity, market, demand, supply, import, export, cooperation, Russia.