

УДК 339.13:338.439

## КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Иван Алексеевич Минаков<sup>1</sup>**

доктор экономических наук, профессор  
ekark@yandex.ru

**Александр Андреевич Гончаров<sup>2</sup>**

генеральный директор

<sup>1</sup>Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

<sup>2</sup>Акционерное Общество «Подъем»

Тамбовская область, Россия

**Аннотация.** Приведен анализ коммерческой деятельности сельскохозяйственных организаций и обоснованы направления ее совершенствования. Основными, из которых являются поиск наиболее выгодных каналов сбыта продукции, реализация ее в наиболее выгодные сроки по более высоким ценам путем развития хранения продукции в местах ее производства, повышения качества продукции с использованием системы менеджмента качества.

**Ключевые слова:** коммерческая деятельность, каналы сбыта, экспорт, цена, сроки реализации, качество.

Коммерческая деятельность в значительной степени определяет экономическую эффективность работы сельскохозяйственных предприятий. В условиях рыночной экономики важно не только произвести продукцию, но и ее реализовать по ценам, превышающим полную себестоимость. Только в этом случае сельскохозяйственные товаропроизводители могут вести расширенное воспроизводство. В этой связи особую актуальность приобретают исследования по изучению коммерческой деятельности сельскохозяйственных организаций и обоснованию предложений по ее совершенствованию с учетом усиления международных санкций.

С целью удовлетворения перерабатывающей промышленности в сырье, а население в продуктах питания сельскохозяйственные предприятия нарастили объем реализации многих видов продукции (табл. 1). За 2016-2021 гг. реализация зерна увеличилась с 60326 до 63618 тыс. т, или на 5,5%, семян подсолнечника – с 6074 до 7280 тыс. т, или на 19,9%, овощей – с 2365 до 3496 тыс. т, или на 47,8%, плодов и ягод – с 581 до 994 тыс. т, или на 71,1%, скота и птице (в живом весе) – с 10253 до 12461 тыс. т, или на 21,5%, молока – с 14209 до 17343 тыс. т, или на 22,1%. В то же время объем реализации корнеплодов сахарной свеклы сократился с 38370 до 35005 тыс. т, или на 8,8%, картофеля – с 2734 до 2641 тыс. т, или на 3,4%. Следовательно, принимаемые государством меры по развитию рынка сельскохозяйственной продукции не обеспечили рост предложения на нем некоторых ее видов.

*Таблица 1*

Реализация продукции сельскохозяйственными организациями России, тыс. т

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Зерно	60326	66664	7007	62637	69692	63618
Подсолнечник	6074	6590	7225	8962	9096	7280
Сахарная свекла	38370	40866	37157	42381	32353	35005
Картофель	2734	2728	2694	2739	2886	2641
Овощи	2365	2675	2938	3034	3157	3496
Плоды и ягоды	581	663	851	853	840	994
Скот и птица (в живом весе)	10253	10897	11416	11695	12220	12461
Молоко	14209	14819	15376	16142	17030	17343

На изменения объема реализации сельскохозяйственной продукции повлияли такие факторы как уровень ее производства и товарность. За рассматриваемый период в сельскохозяйственных предприятиях производство овощей увеличилось с 3078 до 3828 тыс. т, или на 24,4%, а уровень его товарности с 79,3 до 95,3%, производство молока соответственно с 15061 до 18162 тыс. т, или 20,6% и товарности – с 94,9 до 95,8%; валовой сбор семян подсолнечника возрос с 7566 до 9963 тыс. т, или на 31,7%, а товарность продукции снизилась с 93,3 до 69,3%, валовой сбор плодов и ягод соответственно – с 785 до 1238 тыс. т, или на 57,7% и товарности – с 91,3 до 81,5%; производство корнеплодов сахарной свеклы сократилось с 45520 до 37519 тыс. т, или на 17,6%, а уровень его товарности повысился с 89,5 до 93,3%, производство картофеля соответственно – с 4210 до 4063 тыс. т, или на 3,5%, а уровень товарности не изменился и составлял 65,5%.

Основным каналом реализация продукции сельскохозяйственными организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, являются перерабатывающие организации, оптовая торговля и бартерные сделки (табл. 2). В 2021 г. по указанному каналу было реализовано сельскохозяйственной продукции от 72,5 % (скот и птица в живом весе) до 97,5% (семян подсолнечника). Значительная часть некоторых видов продукции передается в собственные несельскохозяйственные подразделения на переработку: скота и птице (в живом весе) – 23,3%, плодов и ягод – 6,0%, корнеплодов сахарной свеклы – 5,7%. Значительно меньше продукции реализуют на рынке через собственные магазины и палатки: плодов и ягод – 5,3%, картофеля – 2,7%, овощей – 1,9%, молока – 1,4%. Совсем мало продукции реализуют населению и потребительской кооперации. Населению через систему общественного питания хозяйства и выдачу в счет оплаты труда продают 2,5% зерна, 1,4% картофеля, 0,5% плодово-ягодной продукции. Потребкооперации реализуют менее 1% сельскохозяйственной продукции: семян подсолнечника – 0,3%, зерна и картофеля – 0,2%, скота и птице в живом весе – 0,1%. Таким образом, основную часть произведенной продукции

сельскохозяйственные организации реализуют перерабатывающим предприятиям и оптовой торговле и мало внимания уделяют другим каналам ее сбыта.

Таблица 2

Реализация продукции сельскохозяйственными организациями России, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, 2021 г.

Показатели	Всего	перерабатывающим организациям и оптовой торговле, по бартерным сделкам	на рынке, через собственные магазины, палатки	потребкооперации	населению	передано в собственные подразделения на переработку
Зерно, тыс. т %	40245 100	37890 94,2	133 0,3	95 0,2	989 2,5	1122 2,8
Подсолнечник, тыс. т %	3871 100	3773 97,5	2 0,1	10 0,3	11 0,3	53 1,4
Сахарная свекла, тыс. т %	31763 100	29409 92,6	4 0,01	- -	40 0,1	1799 5,7
Картофель, тыс. т %	1739 100	1613 92,3	47 2,7	3 0,2	24 1,4	16 0,9
Овощи, тыс. т %	2475 100	2307 93,2	47 1,9	1 0,0	8 0,3	94 3,8
Плоды и ягоды, тыс. т %	655 100	577 88,1	35 5,3	- -	3 0,5	39 6,0
Скот и птица (в живом весе), тыс. т %	11672 100	8472 72,6	106 0,9	17 0,1	44 0,4	2721 23,3
Молоко, тыс. т %	12925 100	11349 87,8	180 1,4	5 0,0	35 0,3	252 2,0

Важным каналом сбыта сельскохозяйственной продукции на современном этапе является ее экспорт. Государство стимулирует развитие аграрного экспорта путем бюджетной его поддержки в рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК». В 2021 г. экспорт сельскохозяйственной продукции и продовольствия составил 37,1 млрд руб. или по отношению к 2020 г. он возрос на 21,4%. В структуре аграрного экспорта наибольшую долю занимает пшеница – 24,1%. Развитие экспорта способствует наращиванию производства сельскохозяйственной продукции, так как он является наиболее эффективным каналом ее сбыта [3].

Рентабельность сельскохозяйственного производства в значительной степени определяется ценой реализации, которая колеблется по каналам сбыта продукции (табл. 3). Наиболее высокая цена продукции наблюдалась при реализации перерабатывающим организациям и оптовой торговле: зерна - 14644 руб. за 1 т, семян подсолнечника – 40775руб., плодов и ягод – 32605 руб.; на рынке через собственные магазины и палатки: корнеплодов сахарной свеклы – 4500 руб., овощей – 75106 руб., скота и птицы в живом весе – 153528 руб., молока – 39433 руб.; собственным подразделениям на переработку: картофеля – 20250 руб. за 1 т.

Наиболее низкая цена была при реализации продукции потребительской кооперации: овощей – 13000 руб. за 1 т, скота и птицы в живом весе – 77176 руб.; населению через систему общественного питания хозяйства и выдачу в счет оплаты труда: зерна – 8465 руб., картофеля – 13333 руб.; собственным подразделениям на переработку: семян подсолнечника – 13208 руб., корнеплодов сахарной свеклы – 1814 руб., плодов и ягод – 9308 руб., молока – 28036 руб. за 1 т. Средняя цена реализации сельскохозяйственной продукции определяется ценой ее реализации перерабатывающим организациям и оптовой торговле, так как по этому каналу сбывается основная часть произведенной продукции.

Таблица 3

Цена реализации 1 т продукции сельскохозяйственными организациями России, не относящимися к субъектам малого предпринимательства в 2021 г., руб.

Показатели	Всего	перерабатывающим организациям и оптовой торговле, по бартерным сделкам	на рынке, через собственные магазины, палатки	потребк ооперац ии	населению	передано в собственные подразделения на переработку
Зерно	14372	14544	12271	12821	8465	9207
Подсолнечник	40074	40775	31500	25000	29727	13208
Сахарная свекла	3650	3766	4500	-	3075	1814
Картофель	16637	16712	17257	15667	13333	20250
Овощи	53627	55145	75106	13000	13875	14702
Плоды и ягоды	30956	32605	27800	-	22667	9308
Скот и птица (в	99573	104655	153528	77176	91795	82015

живом весе)						
Молоко	28746	28700	39433	30600	28429	28036

Уровень цен на сельскохозяйственную продукцию определяется не только каналом сбыта, но и ее качеством и сроками реализации. Сельскохозяйственные предприятия имеют значительные резервы по повышению цены реализации продукции за счет улучшения ее качества. В 2020 г. они реализовали молока высшего сорта 75,6%, крупного рогатого скота на убой первой категории упитанности – 73,2%, свиней на убой первой категории – 55,4%, птицы первой категории – 83,2%, овец и коз высшей упитанности – 57,8%. Повышение качества сельскохозяйственной продукции возможно за счет применения системы менеджмента качества, проведение всех технологических процессов по выращиванию растений и животных своевременно и качественно [1,5].

Самые низкие цены на сельскохозяйственную продукцию складываются в период ее уборки, а самые высокие цены – в зимние и весенние месяцы. В 2021 г. средняя цена производителей зерна в августе составляла 12872 руб., а декабре – 15100 руб. за 1 т. или была выше на 17,3% выше, картофеля соответственно - 15779 руб., 21152 руб. и 34,1%, молока – 26720 руб., 29632 руб. и 10,9%; цена капусты в сентябре составляла 21785 руб., а в декабре – 31366 руб. т, или выше на 44,0%, свеклы столовой соответственно - 16700 руб., 18540 руб. и 11,0%, моркови – 18186 руб., 19899 руб. и 9,4%, семечковых плодов – 3554руб., 38364 руб. и 8,0%. Следовательно, росту цен будет способствовать организация хранения сельскохозяйственной продукции в местах ее хранения и реализация в более поздние сроки [2,4].

Таким образом, основными направлениями совершенствования коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий являются поиск наиболее выгодных каналов сбыта продукции, реализация ее в наиболее выгодные сроки по более высоким ценам путем развития хранения продукции в местах ее производства, повышения качества продукции с использованием системы менеджмента качества.

### Список литературы:

1. Касторнов Н. П., Архипова Е.В. Направления и результаты государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Тамбовской области // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2020. № 4(63). С. 203-208. – EDN TWCSFU.

2. Минаков И. А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК. Санкт-Петербург: Лань, 2020. 404 с. ISBN 978-5-8114-5206-4. – EDN HFSOSN.

3. Минаков И. А. Проблемы повышения эффективности садоводства в новых экономических условиях // Садоводство и виноградарство. 2001. №1. С. 18.

4. Минаков И. А., Бекетов А.В. Экспортно-импортная деятельность сельскохозяйственных организаций // Наука и Образование. 2021. Т. 4. № 1. EDN NYUWAE.

5. Минаков И. А., Евдокимов Н.Н. Повышение эффективности производства зерна в условиях становления рыночных отношений // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2001. №3. С. 10

6. Минаков И.А., Курьянов В.А. Повышение эффективности садоводства в условиях перехода к рыночным отношениям // Садоводство и виноградарство. 1995. №3. С. 3.

**UDC 339.13:338.439**

**COMMERCIAL ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

**Ivan A. Minakov<sup>1</sup>**

Doctor of Economics, Professor

ekapk@yandex.ru

**Alexander A. Goncharov<sup>2</sup>**

General Director

<sup>1</sup>Michurinsk state agrarian University

Michurinsk, Russia

<sup>2</sup>JSC "Rise"

Tambov region, Russia

**Abstract.** The analysis of commercial activity of agricultural organizations is given and the directions of its improvement are substantiated. The main ones are the search for the most profitable sales channels of products, its sale in the most favorable terms at higher prices by developing the storage of products in the places of its production, improving the quality of products using a quality management system.

**Keywords:** commercial activity, sales channels, export, price, terms of implementation, quality.

Статья поступила в редакцию 02.10.2022; одобрена после рецензирования 02.12.2022; принята к публикации 20.12.2022.

The article was submitted 05.11.2022; approved after reviewing 02.12.2022; accepted for publication 20.12.2022.