УДК 339.187

РОЛЬ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ В ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Эльвира Анатольевна Климентова
кандидат экономических наук, доцент
klim1-408@yandex.ru
Степан Романович Мерзляков
студент
merzlakovstepan16@gmail.com
Дмитрий Владимирович Коровин
студент
mr.dmitriy.korovin@mail.ru
Дмитрий Алексеевич Горяйнов
студент
dima.goryaynov.48@mail.ru
Мичуринский государственный аграрный университет
г. Мичуринск, Россия

Аннотация. Организация и ведение эффективной товарной политики обеспечивает сельскохозяйственной организации осуществление эффективной коммерческой деятельности на основе всестороннего и постоянного изучения потребностей покупателей продукции. Товарная политика определяет виды производимой продукции, а также её сбыт по наиболее рентабельным каналам. Авторами статьи приведены особенности, проблемы формирования и задачи товарной политики в сельском хозяйстве, а также её роль для организации эффективного сбыта продукции.

Ключевые слова: товарная политика, сельскохозяйственная продукция, эффективность, сбыт, цена, маркетинг

Товарная политика в сельскохозяйственной организации является основой и неотъемлемой частью коммерческой деятельности [1, 6], во многом определяющего результативность и эффективность осуществления всей хозяйственной деятельности бизнес-структур [2–4, 8, 10]. Необходимость последовательной разработки и реализации внятной товарной политики обуславливается тем, что она прямо влияет на сбыт товара, а, следовательно, и на получение выручки производителем [9].

На то, какие цели преследует товарная политика, существует несколько взглядов. Некоторые авторы отмечают, что действия товарной политики направлены на решения по работе с конкретным ассортиментом товаров, другие, что товарная политика – это действия по максимальному удовлетворению потребностей потребителей. У каждого из этих подходов есть свои минусы– первый подход крайне узок в работе с потребителем, а второй не учитывает экономические интересы предприятия.

Для максимизации эффективности товарной политики необходимо совмещать оба этих подхода. Чтобы обеспечить получение наибольшей прибыли от сбыта продукции, следует как учитывать потребности потребителей, так и производственные интересы.

Главная особенность товарной политики в сельском хозяйстве заключается в сильном влиянии факторов природной среды на неё. Среди главных факторов природной среды можно назвать принадлежность сельскохозяйственного участка к определённой природно-климатической зоне, особенности почвенного состава, циклы жизнедеятельности растений и животных.

Важно выделить такой фактор, как сезонность производства и потребления товаров в сельском хозяйстве. В следствие того, что предложение товаров меняется в течение года, так как сбор продукции непостоянен, меняется и её цена. Также на цену товара большое влияние невозможность его производства в стране из-за«несезона», а значит появляется необходимость его импортирования из других стран. Помимо этого, цены на товары зависят от

текущей даты, например, ежегодно под Новый год наблюдается рост цены на из-за повышенного спроса потребителей.

Помимо природных факторов, на ведение эффективной товарной политики в сельском хозяйстве влияет разнообразие товара, который можно произвести, и его характеристики. Во-первых, в аграрной сфере существует несколько способов получения продукции – посредством производства продукции в отраслях растениеводства и животноводства, обработки или переработки произведённой продукции, а также комбинации этих способов.

Во-вторых, у большинства видов сельскохозяйственной продукции есть определённый срок годности, требования к хранению и транспортировке, неисполнение которых может привести к её порче.

В-третьих, сельскохозяйственная продукция относится к товарам первой необходимости, что в условиях рынка означает сильную конкуренцию и высокий спрос на неё.

Это одновременно создаёт сложность с представлением товара на рынке, так как требуется привлечь потребителя уникальным, среди продукции от конкурентов (новый сорт с новыми вкусовыми качествами и внешним видом, для продукции переработки – более высокий уровень качественных характеристик: у зерновых содержание клейковины, у подсолнечника масличность семян), и необходимость обеспечивать постоянное предложение товаров, чтобы место производителя не заняли его конкуренты.

В-четвёртых, одной из главных детерминант спроса аграрной продукции являются вкусы и предпочтения потребителей. Следовательно, производителю для максимизации выручки требуется качественно их проанализировать и создать продукцию определённого вкуса, качества, вида и так далее.

Исходя из этих факторов, для проведения эффективной торговой политики требуется выполнить ряд действий-задач:

- анализ прибыльности товаров;
- определение специализации в определённых отраслях хозяйства;
- определение и поддержание качественного уровня товара;

- установление ассортимента товаров и скорости его обновления;
- позиционирование товаров на рынке;
- создание дизайна упаковки.

Разумеется, для должной эффективности проводимой товарной политики необходимо совокупная работа всей маркетинговой составляющей организации. Необходимы актуальные данные о балансе спроса и предложения товаров, анализ рыночной цены на товары, эффективная работа по реализации товаров, а именно поиск разнообразных площадок для продажи и рекламирования товара. Кроме этого требуется учитывать особенности природной среды производства [7, 9, 12].

Товарная политика в сельскохозяйственных организациях должна быть гибкой, то есть уметь приспосабливаться к меняющимся природным условиям и ситуации на рынке. Также необходимо чётко понимать, в каких направлениях вести работу.

На национальном уровне важно иметь независимые от других государств сельскохозяйственные производства с правильно разработанной и функционирующей товарной политикой, поддерживать частные компании финансами и не только.

Для решения этих задач необходимо применение информационных технологий. Одно из них - создание платформ для агробизнеса. Сегодня развитие агроплощадок для онлайн торговли сельской продукцией находится на высоком уровне. Перспективы улучшения и повышения удобства использования современных площадок имеют долгосрочную перспективу.

Так, например, маркетинговые площадки «Свое Родное» и «Свое фермерство» от Россельхозбанка, «Ешь Деревенское», «Электронный фермер», «ТВОЙПРОДУКТ», сервисы Agrisale и M-FLOWERS, Yorso дают производителям сельскохозяйственной продукции большой выбор площадки для торговли. Удобный интерфейс позволяет пользователям легко найти и заказать интересующий их товар.

Помимо этого, использование информационных технологий включает в себя:

- использование IT–решений, BigData или виртуальных технологий значительно повысят эффективность продаж хозяйства;
- применение передовых технологий точного земледелия. Благодаря этой технологии улучшается система вноса органических удобрений, полива, борьбы с вредителями и высокотехнологичной обработки посевов;
- использование специализированных CRM-систем;
- CRM-системы позволяют облегчить процесс кооперации внутри компания, по средству автоматизации технологических процессов. Это позволяет увеличить производительность и совместную работу сотрудников. Она оптимизирует системы сбора и анализа данных, а также управляет данными клиентов и продаж.
- внедрение предиктивной аналитики – комплекса, в который включаются важные параметры для производства и вычисляются будущие события на основе анализа и сбора данных о предшествующих неудачах и их причинах [11, 13].

Помимо использования цифровых технологий, необходимо развитие кооперативных хозяйств и прямой системы сбыта товара. Для достижения поставленных целей хозяйства могут объединяться в кооперативы и действовать в общих интересах[14]. Таким образом, возможно совместное решение проблем и продвижение товаров на рынке продаж. Хозяйствам легче пережить кризис и гораздо проще освоиться и попасть на рынок, особенно это касается новоиспеченных мелких предприятий. Объединение хозяйств в рассмотренной ситуации называется горизонтальной кооперацией.

Также важно использовать конъюнктуру и цены, имеющие отличия от торговли внутри страны. Конъюнктура рынка — экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением

процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления.

Для эффективных продаж необходимо наращивать объёмы производства и продаж, что позволит расширить ассортимент и выбор для потребителя.

Стоит отметить, что товарная политика на государственном уровне также работает на экспорт. Для максимизации его эффективности агропредприятия должны изучить специфику зарубежного рынка, иметь представления о потребительских спросах и предпочтениях, а также активно налаживать международные деловые связи. Комплексное применение этих подходов позволяет сельхозпроизводителям значительно повысить эффективность агромаркетинга и укрепить свои позиции, как, на внутреннем, так и на внешних рынках.

Товарная политика на уровне регионов не менее важна. В 2024 году вводится возможность выбора приоритетных направлений для регионов, финансирование которых будет осуществляться за счет средств федерального бюджета. Выбор направлений можно будет осуществить в свободном порядке, но не более 3. Также помимо выбора приоритетных направлений, существуют обязательные, которые являются общими для всех регионов России (рис. 1).

Для реализации эффективной торговой политики в сельскохозяйственных организациях необходима государственная поддержка. Она позволит им снизить издержки, а, следовательно, предотвратить монополизацию отрасли крупными компаниями, что повлекло бы за собой незамедлительный рост цен. Особенно это касается малых форм собственности: фермерства и кооперативов.

Рисунок 1– Приоритетные направления АПК Тамбовской области в 2025 году [5].

Таким образом, личные подсобные хозяйства (ЛПХ) получают следующую поддержку:

- Субсидирование реализации картофеля и овощей, выполняемой в соответствии с федеральным проектом;
- С 2024 года ЛПХ внесли в список приоритетных направлений, что позволит им получать равнозначную поддержку вместе с другими направлениями.

Государственная поддержка существует и в областях крестьянского (фермерского) хозяйства и индивидуального предпринимательства:

- Грант на развитие семейной фермы начиная с 2024 года будет разделен на две формы: затраты на создание и затраты на реализацию проект;
- Затраты на создание будут включать в себя различные строительные и реконструкционные работы, а также приобретению новой техники и оборудования. Общая сумма гранта составляет не более 30 млн. рублей на семейную ферму;

- Грант на реализацию комплексных проектов является отличным вариантом, если ферма планирует приобретать технику, специализирующуюся на отдельных видах работ или оборудование, а также с/х животных или птицы. При выполнении этих условий хозяйства не могут обязать в необходимости создания рабочих мест и обязательном выполнении условия – осуществления деятельности не менее 5 лет. Таким образом, все понесенные затраты конвертируются в графу субсидий, но не более 60% от понесенных затрат.

Все необходимые субсидии будут предоставляться в качестве софинансирования проекта, связанным с производство, реализацией и переработкой сельскохозяйственной продукции приоритетных подотраслей (рис. 2).

Рисунок 2 – Приоритетные подотрасли АПК.

Сельскохозяйственные организации имеют незначительный набор возделываемых культур, особенно если их специализация определяется наличием только растениеводческих отраслей и, что является преобладающим для большинства регионов в современных условиях. Объёмы производства сельскохозяйственной продукции являются значительными, что вызывает большие сложности поиска рентабельных каналов её сбыта, в связи с этим необходимо с учётом потребительского спроса грамотно определять размеры производства различных видов продукции в разрезе товарных групп – зерновых,

технических, плодовых, овощных и других. Грамотно сформированная товарная политика позволит продавать продукцию на заказ, что обеспечит высокоэффективный сбыт продукции.

Список литературы:

1. Баженов Ю. К., Баженов А. Ю. Коммерческая деятельность: учебник. Под ред. д.э.н., проф. Л. П. Дашкова. 3-е изд. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». 2023. 286 с.

2. Дубовицкий А. А., Греков Н. И. Обоснование перспектив экономического роста и развития овощеводства // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2014. № 6. С. 79-82. EDN TLMLIN.

3. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Григорьева Л. В. Анализ современного состояния отрасли садоводства в России и перспективы развития на основе реализации рыночного потенциала // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2022. Т. 15. № 4(75). С. 124-138. DOI 10.53914/issn2071-2243_2022_4_124. EDN GKOJZL.

4. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Неуймин Д. С. Совершенствование рынка овощей защищенного грунта на основе повышения эффективности их производства // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания. 2016. № 1(9). С. 86-92. EDN WNFZVX.

5. Евгений Первышов: "Необходимо усилить взаимодействие с научным сообществом в сфере АПК" // Правительство Тамбовской области. – URL: https://www.tambov.gov.ru/news/evgenij-pervyshov-neobhodimo-usilit-vzaimodejstvie-s-nauchnym-soobshhestvom%C2%A0v%C2%A0sfere%C2%A0apk.html

6. Евдокимова Е. А., Климентова Э. А. Особенности и проблемы осуществления коммерческой деятельности в АПК // Наука и Образование. 2022. Т. 5, № 2. EDN YCWLCJ.

7. Карнаухова А. А., Аливанова С. В. Особенности товарной политики современных сельскохозяйственных предприятий // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Курск: "Университетская книга", 2015. С. 220-223.

8. Климентова Э. А., Дубовицкий А. А., Евдокимова Е. А. Современное состояние и перспективы развития зернового производства в условиях санкционного давления // Экономика сельского хозяйства России. 2024. № 1. С. 69-76. DOI 10.32651/241-69. EDN TCVKAX.

9. Кузнецова Е. Д. Специфика формирования товарной политики в сельскохозяйственных предприятиях // Электронный бизнес: проблемы, развитие и перспективы. Воронеж: Издательство «Истоки». 2024. С. 132-134.

10. Минаков И. А., Рогов М. А. Проблемы сбыта сельскохозяйственной продукции // Наука и Образование. 2021. Т. 4. № 2. EDN ISYZAT

11. Норалиев Н. Х., Юсупова Ф. Э. Цифровые технологии в сельском хозяйстве // Вопросы науки и образования. 2020. №8 (92). С. 4-10.

12. Носкова С. А., Завойских Ю. А. Особенности формирования товарной политики сельскохозяйственных предприятий // Вестник науки. 2022. №8 (92).С. 32-35.

13. Свецкий А. В. Применение искусственного интеллекта в сельском хозяйстве // Сельское хозяйство. 2022. № 3. С. 1-12.

14. Ivanova E. V., Nikitin A. V. Cluster-cooperative project of innovative development of agriculture // Quality - Access to Success. 2018. Vol. 19. No. S2. P. 8-14. – EDN YBDENV

UDC 339.187

THE ROLE OF COMMODITY POLICY IN THE EFFECTIVE ORGANIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS MARKETING

Elvira An. Klimentova
candidate of economics, associate professor
klim1-408@yandex.ru
Stepan R. Merzlyakov
student
merzlakovstepan16@gmail.com
Dmitry Vl. Korovin
student
mr.dmitriy.korovin@mail.ru
Dmitry Al. Goryaynov
student
dima.goryaynov.48@mail.ru
Michurinsk State Agrarian University
Michurinsk, Russia

Abstract. Organization and maintenance of an effective commodity policy provides the agricultural organization to carry out effective commercial activity on the basis of a comprehensive and continuous research of the needs of product buyers. Commodity policy determines the types of products produced, as well as its sales through the most profitable channels. The authors of the article present the features, problems of formation and tasks of commodity policy in agriculture, as well as its role for the organization of effective sales of products.

Keywords: commodity policy, agricultural products, effectiveness, sales, price, marketing.

Статья поступила в редакцию 30.01.2025; одобрена после рецензирования 21.03.2025; принята к публикации 31.03.2025.

The article was submitted 30.01.2025; approved after reviewing 21.03.2025; accepted for publication 31.03.2025.