

УДК 338.436.33

ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Александр Алексеевич Дубовицкий

доктор экономических наук, доцент

daa1-408@yandex.ru

Эльвира Анатольевна Климентова

кандидат экономических наук, доцент

klim1-408@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В современных условиях совершенствование товарной политики сельскохозяйственных организаций должно основываться на реализации направлений стратегии их развития в долгосрочном периоде с возможностью корректировки на основе проведения маркетинговых исследований рынка, что является необходимым для эффективного развития аграрного сектора. Эффективность формирования товарной политики сельскохозяйственных организаций во многом определяется уровнем цен реализации продукции, поскольку они совместно с издержками производства формируют маржинальность отраслей и деятельности в целом.

Ключевые слова: сельское хозяйство, товарная политика, уровень цены, себестоимость продукции, уровень товарности.

Сельскохозяйственные товаропроизводители являются основными поставщиками сельскохозяйственной продукции для населения и сырья для перерабатывающих предприятий [1]. Эффективное развитие сельскохозяйственных организаций в современных условиях во многом определяется грамотно разработанной товарной политикой с учётом анализа рыночного потребительского спроса и разработанной на его основе стратегии производственной и сбытовой деятельности [2-3].

Товарная политика играет ключевую роль в достижении стратегических целей сельскохозяйственных организаций, способствуя не только их развитию, но и устойчивости в условиях динамичных рыночных изменений.

Для сельскохозяйственных организаций товарная политика строится в соответствии с его специализацией, которая формирует производственное направление деятельности и определяется по структуре товарной продукции.

Товарная политика в сельском хозяйстве представляет собой систему мероприятий, направленных на создание, продвижение и оборот сельскохозяйственной продукции.

Формирование эффективной товарной политики предполагает проведение маркетингового исследования рынка, обеспечивающее сельскохозяйственную организацию достоверной и своевременной информацией о совокупном спросе и предложении на конкретном сегменте рынка сельскохозяйственной продукции, что позволяет товаропроизводителю грамотно формировать и осуществлять производственно-коммерческую деятельность в современных условиях.

Рыночная информация является платным экономическим ресурсом, поскольку предполагает коммерческие источники поступления. Стоимость информации и ее доступность оказывают значительное влияние на результативность деятельности организаций, в т. ч. сельскохозяйственных, но они, в отличие от промышленных как правило не активно приобретают и работают с ней. Это отрицательно сказывается на эффективности закупки материальных ресурсов для осуществления производственной деятельности, а

также при выборе наиболее рентабельных каналов сбыта продукции. Сельскохозяйственные организации используют в основном посреднические услуги при реализации своей продукции, что отражается на уровне цены, и как следствие, на размере получаемой прибыли.

Высокую значимость в формировании эффективной товарной политики сельскохозяйственных организаций имеет уровень цен реализации продукции, определяемый в основном затратным методом с учётом уровня производственных издержек, то определяет потенциальный размер прибыли от отраслей и деятельности в целом. Уровень цен на продукцию является внешним фактором для товаропроизводителя, который при проведении маркетингового исследования рынка продукции, должен выбрать наиболее рентабельные каналы сбыта продукции (табл. 1).

Таблица 1

Цены производителей сельскохозяйственной продукции в Тамбовской области
(сельскохозяйственные организации), руб. за 1 т.

Вид продукции	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отношение 2024 г. к 2022 г., %
Зерно злаковых и бобовых	11859,42	9721,20	11625,40	98,0
пшеница	10680,64	9506,64	11522,14	107,9
кукуруза	12816,41	9501,10	11923,58	93,0
ячмень	14726,35	10371,86	11067,07	75,2
ячмень пивоваренный	17178,91	12680,94	12488,66	72,7
Семена масличных культур	35363,68	29507,57	33523,45	94,8
Семена подсолнечника	34024,46	24809,17	32324,97	95,0
Бобы соевые	38982,58	32896,43	34908,72	89,5
Семена рапса	25394,05	33955,16	30209,14	119,0
Свёкла сахарная	4560,15	4984,94	4982,72	109,3
Картофель	14268,73	13344,94	12848,34	90,0
Овощи открытого грунта	70037,63	141486,96	154718,26	220,9
Овощи закрытого грунта	85096,38	179924,50	215122,38	252,8
Плоды	21132,44	21671,30	51659,13	244,5
Скот и птица (в живом весе)	96985,33	79879,42	109243,88	112,6
КРС	129925,87	135231,32	151341,68	116,5
Свиньи	98002,01	95196,67	99128,13	101,1
Птица всех видов	96151,80	69497,76	116456,42	121,1
Молоко	40509,84	37748,77	41419,80	102,2

Источник: составлено по данным Росстата [4]

Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод, что не по всем видам растениеводческой сельскохозяйственной продукции, наблюдается рост цен. Цена реализации зерна злаковых и бобовых снизилась на 2%, составив 11625,40 руб. в 2024 г. По зерновым увеличилась только цена пшеницы – на 7,9%, составив 11522,14 руб. По остальным видам цена снизилась: цена кукурузы – на 7%, составив 11923,58 руб., ячменя – на 24,8%, составив 11067,07 руб.

Аналогичная ситуация наблюдается по масличным культурам, цены на которые в течение трех лет снизились на 5,2%, составив 33523,45 руб. за 1 т, в т. ч. подсолнечника на 5%, до 32324,97 руб., бобов соевых – на 10,5%, до 34908,72 руб. (рис. 1).

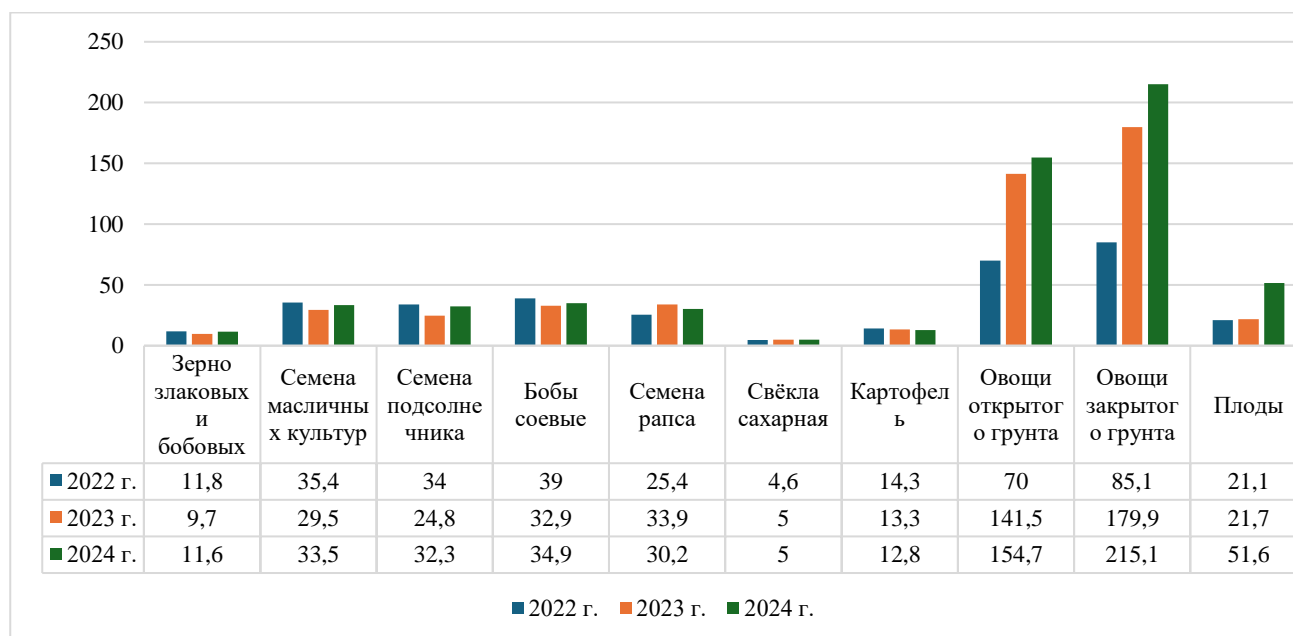


Рисунок 1 – Динамика цен на продукцию растениеводства в сельскохозяйственных организациях за 1 т, тыс. руб. (по данным Росстата [4]).

Рост цены наблюдается по рапсу – на 19%, до 30209,14 руб., сахарной свёкле – на 9,3%, до 4982,72 руб. и самый значительный рост цен наблюдается по овощам открытого и закрытого грунта – в 2,2 и 2,5 раза, до 154718,26 и 215122,38 руб. соответственно, а также плодам – в 2,4 раза, до 51659,13 руб. за 1 т.

К сожалению снижение цен по многим видам продукции несет дополнительные риски формирования рентабельности производства,

одновременно ставя перед сельскохозяйственными товаропроизводителями маркетинговые задачи совершенствования товарной политики.

По всем видам продукции животноводства в сельскохозяйственных организациях Тамбовской области наблюдается часто незначительный, но рост цен за исследуемый период (рис. 2).

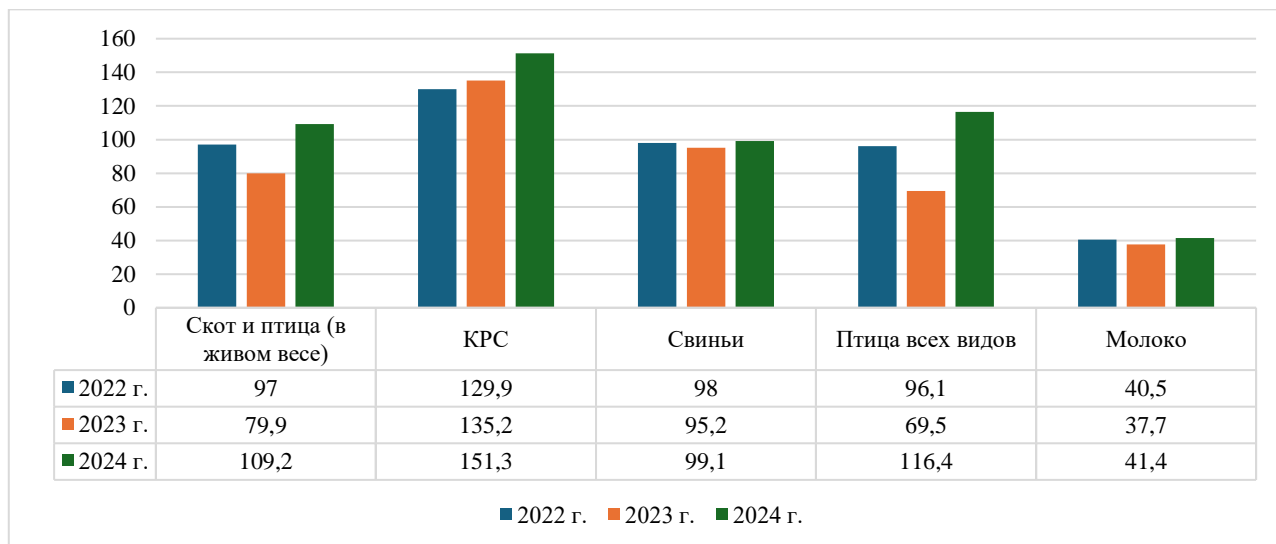


Рисунок 2 – Динамика цен на продукцию животноводства сельскохозяйственных организациях за 1 т, тыс. руб. (по данным Росстата [4]).

Цена реализации прироста КРС в живом весе возросла на 16,5%, составив 151341,68 руб., свиней – на 1,1%, составив 99128,13 руб., птицы всех видов на 21,1%, составив 116456,42 руб., молока – на 2,2%, составив 41419,8 руб. за 1 т в 2024 году.

Для обеспечения результативности деятельности сельскохозяйственной организации, и конкретно получения прибыли для осуществления расширенного воспроизводства и создания условий экономического роста, продукция должна производиться в оптимальной структуре с целью обеспечения выгодной реализации.

Совершенствование товарной политики в сельском хозяйстве — это комплексный процесс, направленный на повышение конкурентоспособности продукции, увеличение рентабельности производства и удовлетворение меняющихся запросов потребителей. В современных условиях этот процесс требует перехода от простого наращивания объемов к созданию добавленной стоимости.

Основные направления совершенствования можно сгруппировать по нескольким ключевым блокам.

1. Совершенствование структуры производства и товарного ассортимента, направленное на снижение финансовых рисков за счет оптимизации специализации и расширения линейки производимых товаров, что помогает стабилизировать доходы сельскохозяйственных производителей:

- Расширение видового и сортового состава: выращивание не только традиционных, но и нишевых культур (например, пивоваренного ячменя, хмеля, редких видов ягод). Для животноводства это может быть разведение нетипичных пород скота или птицы.

- Организация новых видов деятельности, например, развитие овощеводства, организация собственных ферм по выращиванию грибов, производство меда, сбор и переработка дикоросов (ягоды, грибы, лекарственные травы).

- Сглаживание сезонности на основе развития производства продукции, предполагающего равномерные затраты труда и средств в течение года, а также относительно равномерный спрос в разное время года.

2. Развитие глубокой переработки и создание продуктов с высокой добавленной стоимостью. Это направление предполагает переход от продажи сырья (зерно, молоко, скот) к производству готовой продукции или полуфабрикатов (мука, творог, сыр, мясо):

- Строительство и модернизация перерабатывающих подразделений по переработке зерна в муку, крупы, крахмал; молока – в творог, сыры, масло, кисломолочные продукты; скота – в мясо, полуфабрикаты, консервы.

- Участие в агропромышленной интеграции и кооперации. Вступление в действующие кооперативы или создание новых объединений, где производство сырья, его переработка и реализация объединены в единую цепочку. Это позволяет стимулировать сбыт, контролировать качество на всех этапах и оптимизировать логистику.

- Производство функциональных и органических продуктов. Разработка и выпуск продуктов для здорового питания, например, безлактозное молоко, цельнозерновые хлебобулочные изделия, десертов из редких ягод и дикоросов), а также сертифицированной органической продукции, которая пользуется высоким спросом как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

4. Развитие маркетинга и каналов сбыта. Маркетинг является основой формирования товарного ассортимента. Кроме того, продукт должен быть не просто качественным, но и правильно упакованным, представленным и доставленным потребителю. Данное направление предполагает:

- Изучение потребительского спроса на производимую продукцию и потенциально возможную для производства в условиях хозяйства с выявлением перспективных направлений совершенствования специализации.

- Создание собственных брендов на основе формирования узнаваемых торговых марок, которые ассоциируются у потребителя с качеством, вкусом или определенным образом жизни (например, бренд фермерских продуктов из конкретного региона).

- Развитие собственной розницы и прямых продаж путем открытия фирменных магазинов, участия в ярмарках выходного дня, развития интернет-магазинов с доставкой.

- Выход в торговые сети с учетом адаптации продукции под требования крупных ритейлеров и сегмента общественного питания (отели, рестораны, кафе), включая необходимую упаковку, маркировку и объемы партий.

- Экспортная ориентация на основе активного продвижения отечественной продукции на внешние рынки, адаптации ее под зарубежные стандарты и потребительские предпочтения.

3. Улучшение качества, безопасности и стандартизация при обеспечении соответствия продукции строгим требованиям, что является базовым условием для доступа к современным каналам сбыта. Данное направление предполагает:

- Внедрение систем менеджмента качества: Переход на отечественные и международные стандарты, такие как *ГОСТ*, *ISO 22000*, которые гарантируют безопасность пищевых продуктов на каждом этапе производственной цепи.
- Контроль качества производственных процессов, запасов, сырья и готовой продукции. Усиление контроля на входе, чтобы гарантировать использование качественного семенного материала, кормов и других ресурсов.
- Внедрение цифровых систем (включая технологии блокчейн), позволяющих отследить путь продукта "от поля до прилавка". Это повышает доверие потребителя и упрощает процедуру продвижения и контроля продукции в случае необходимости.

Комплексная работа по этим направлениям позволяет сформировать устойчивую и прибыльную товарную политику, способную гибко реагировать на вызовы рынка и обеспечивать долгосрочный рост.

Эффективность осуществления товарной политики во многом характеризуется уровнем товарности продукции (процентным отношением объёма реализации к объёму произведённой продукции), который определяет возможные объёмы её реализации с учётом собственной внутривозвращаемой потребности (в семенах, кормах и т. д.).

Более низкий фактический уровень товарности по сравнению с возможным, влияет на размер выручки от реализации продукции, и как следствие, на размер возможной прибыли. Нами произведён расчёт размера потенциального прироста выручки с учётом возможного уровня по отдельным товарным культурам на примере сельскохозяйственных организаций Тамбовской области (табл. 2).

Увеличение уровня товарности зерна с учётом удовлетворения потребности в собственном посевном материале в прогнозируемом варианте составит 85%, при 72,5% фактического уровня в 2024 году, что обеспечит дополнительный объём реализации в размере 359,6 тыс. т и дополнительный размер выручки от реализации в размере 4180,35 млн руб.

Также является возможным увеличение уровня товарности сахарной свёклы с учётом полной её переработки на сахарных заводах в прогнозируемом варианте до 100%, при 93,7% фактического уровня 2024 года, что обеспечит дополнительный объём реализации в размере 273,7 тыс. т и дополнительный размер выручки в размере 1363,77 млн руб.

В прогнозируемом варианте самое высокое увеличение планируется уровня товарности сои до 100%, при фактическом уровне в 2024 году 67,6%, что обеспечит получение дополнительного объёма реализации культуры в размере 136,7 тыс. т и дополнительный размер выручки в размере 4763,99 млн руб.

Дополнительный объём реализации овощей в прогнозируемом варианте составит 3,46 тыс. т, что обеспечит увеличение уровня товарности с 89,2% до 95%, при получении дополнительной выручки в размере 535,32 млн руб. Дополнительный объём реализации картофеля составит 2,92 тыс. т при увеличении уровня товарности с 91,2% до 95%, что обеспечит дополнительный размер выручки от культуры в размере 37,5 млн руб.

Общий размер дополнительной выручки от культур с учётом увеличения уровня товарности может составить 10880,93 млн руб., что является значительным размером расширения источников выручки сельского хозяйства области.

Вторым примером совершенствования товарной политики является осуществление возделывания сельскохозяйственными организациями области пивоваренного ячменя, что является экономически целесообразным, т. к. это позволит не только получить большую эффективность конкретного производства, но и в целом отрасли зернопроизводства.

Рекомендуемые сорта пивоваренного ячменя для нашей зоны, которые уже используются в сельскохозяйственных организациях, обеспечивая им получение высокой урожайности и качества семян:

- Скарлет, с урожайностью до 65 ц с 1 га,
- Аннабель, урожайность до 40-50 ц с 1 га,
- Гонар, урожайность до 50-80 ц с 1 га.

В расчетном варианте учитывается увеличение уровня товарности пивоваренного ячменя до 60% при фактическом уровне в 2024 году 33,1%, что обеспечит получение дополнительного объёма его реализации 77994 т и дополнительный размер выручки составит 974 млн руб. (табл. 3).

Таблица 3

Расчёт дополнительной выручки от реализации пивоваренного ячменя в сельскохозяйственных организациях Тамбовской области.

Вид продукции	Реализовано, т		Удельный вес пивоваренного ячменя, %		Цена 1 т, руб.	Дополнительный объём продаж, т	Дополнительная выручка, млн. руб.
	Факт, 2024 г.	Прогноз (2027 г.)	Факт, 2024 г.	Прогноз (2027 г.)			
Ячмень	289869	289869	100	100	11067,07	-	
в т. ч. пивоваренный	95927	173921	33,1	60,0	12488,66	77994	974

Увеличение удельного веса производства и реализации пивоваренного ячменя является приемлемым для всех сельскохозяйственных организаций Тамбовской области. С учётом представленных мероприятий совершенствования товарной политики, был разработан прогноз размера выручки от реализации товарной продукции сельскохозяйственных организаций (табл. 4).

Таблица 4

Прогноз потенциального прироста выручки от реализации продукции сельскохозяйственными организациями Тамбовской области.

Вид продукции	Размер фактической выручки, (2024 г.)	Дополнительный размер выручки, млн руб.	Прогнозируемый размер выручки, млн руб. (2027 г.)	Отношение прогноза к факту, %
Зерно	24169	5154,35	29323,35	121,3
Сахарная свёкла	20187	1363,77	21550,77	106,7
Бобы соевые	5476	4763,99	10239,99	187,0
Картофель	894	37,5	931,5	104,2
Овощи	8188	535,32	8723,32	106,5
Всего	58914	11854,93	70768,93	120,1

В прогнозируемом варианте по различным видам продукции наблюдается различный размер приращения выручки от реализации продукции с учётом

изменения уровня товарности и дополнительно за счёт увеличения объёмов производства пивоваренного ячменя.

Общий размер увеличения выручки с учетом рассмотренных вариантов развития товарной политики может составить 11854,93 млн руб., что является возможным по осуществлению и даст значительный экономический эффект для сельского хозяйства.

С учетом основных элементов товарной политики – товара (сельскохозяйственная продукция), цены, место продажи и способов продвижения товара на рынок в сельскохозяйственных организациях Тамбовской области, как и в других регионах производится в основном растениеводческая продукция – зерновые и зернобобовые культуры, технические культуры – подсолнечник, сахарная свёкла, рапс, соя, овощи открытого и защищённого грунта, картофель. Основными видами животноводческой продукции, производимой и реализуемой областью являются прирост скота (КРС, свиней, птицы), молоко, яйца, шерсть.

Уровень цен зависит от канала реализации продукции на внутреннем рынке с учётом экспорта продукции в различные государства. Тамбовская область характеризуется постоянным ростом объёмов производства, что определяет высокую значимость грамотного формирования товарной политики, и, прежде всего структуры товарной продукции.

Исследование рынка на предмет потребительского спроса на отдельные виды продукции должно лежать в основе формирования товарной политики сельскохозяйственных организаций при условии оптимального использования ресурсов с учётом их воспроизводства для сохранения устойчивого развития сельского хозяйства.

В условиях современной экономики, где конкуренция между производителями сельскохозяйственной продукции становится всё более жёсткой, формирование эффективной товарной политики становится ключевым фактором успеха для сельскохозяйственных организаций. Эффективная товарная

политика позволяет не только привлечь внимание потребителей к продукции, но и обеспечить устойчивое развитие и конкурентоспособность компании на рынке.

Список литературы:

1. Минаков И. А., Сытова А. Ю. Развитие аграрной экономики региона и обеспечение продовольственной безопасности. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2024. № 8. С. 43-49.
2. Кувшинов В. А., Бекетов А. В. Ассортимент продукции и сбытовая политика сельскохозяйственных товаропроизводителей // Актуальные проблемы региональной и отраслевой экономики. Курск: ЗАО "Университетская книга", 2024. С. 182-186. EDN SYPZOL.
3. Климентова Э. А., Мерзляков С. Р., Коровин Д. В., Горяйнов Д. А. Роль товарной политики в организации эффективного сбыта сельскохозяйственной продукции // Наука и Образование. 2025. Т. 8, № 1. EDN SCCCYX.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) – URL: <https://www.rosstat.gov.ru/>

UDC 338.436.33

FEATURES OF COMMODITY POLICY OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS AND DIRECTIONS OF ITS IMPROVEMENT

Alexander A. Dubovitsky

doctor of economics, associate professor

daa1-408@yandex.ru

Elvira An. Klimentova

candidate of economic sciences, associate professor

klim1-408@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University

Abstract. In today's conditions, the improvement of the commodity policy of agricultural organizations should be based on the implementation of the directions of their development strategy in the long term, with the possibility of adjustment based on market research, which is necessary for the effective development of the agricultural sector. The effectiveness of the formation of the commodity policy of agricultural organizations is largely determined by the level of selling prices, since they, together with production costs, form the marginality of industries and activities in general.

Keywords: agriculture, commodity policy, price level, cost of production, marketability level.

Статья поступила в редакцию 20.05.2026; одобрена после рецензирования 19.06.2026; принята к публикации 30.06.2026.

The article was submitted 20.05.2026; approved after reviewing 19.06.2026; accepted for publication 30.06.2026.