

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ АГРОПРЕДПРИЯТИЙ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

**Щебро Марина Сергеевна, магистрант ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ»;
Васильева Елена Васильевна, д.э.н., профессор ФГБОУ ВО «Саратовский
ГАУ»**

В условиях импортозамещения перед предприятиями аграрного сектора экономики открываются возможности наращивания производства качественной продукции по ценам, доступным населению. Продовольственная продукция отечественных производителей на российском рынке востребована. Агропредприятия могут расширять ассортимент выпускаемой продукции, диверсифицировать производство, расширять рынки сбыта. Однако для этого отечественным сельскохозяйственным производителям важно повышать конкурентные преимущества выпускаемой продукции (а именно: повышать качество выпускаемых товаров, создавать их привлекательный товарный вид, обеспечивать гибкие цены и т.п.) [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Рассмотрим основные показатели, характеризующие процесс сбыта основных видов продовольственной продукции.

Согласно данным таблицы, в 2015 году в сравнении с 2014 годом, объемы реализации практически всех зерновых культур существенно снизились, за исключением проса. К числу негативных факторов, вызвавших такое снижение, относятся неблагоприятные погодные условия, а также наличие в хозяйствах большой доли устаревшей техники. Увеличились объемы сахарной свеклы (в 1,5 раза) и семян подсолнечника (на 5,5 %). Объемы реализации скота и птицы (в живом весе) возросли незначительно. Объемы реализации молока сократились почти на 4 %. Объемы реализации яиц выросли на 8,8%.

Таблица 1 – Реализация основных видов сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, тыс. тонн. [6.С. 52]

Виды продукции	Реализовано всего		в том числе:			
			перерабатывающим организациям и организациям оптовой торговли		по другим каналам	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
Зерно, в т.ч.:	706,2	395,1	660,2	366,7	46,0	28,4
пшеница	485,3	262,0	463,4	249,6	21,9	12,4
рожь	52,1	15,8	47,4	13,4	4,7	2,4
просо	12,3	13,9	11,0	11,1	1,3	2,8
гречиха	4,5	3,2	4,4	3,0	0,1	0,2
кукуруза	44,3	37,3	43,1	36,4	1,2	0,9
ячмень	63,0	35,2	52,8	28,9	10,2	6,3
овес	7,0	3,9	5,6	2,6	1,4	1,3
зернобобовые	28,6	17,0	26,3	16,4	2,3	0,6
Сахарная свекла	89,0	134,5	89,0	134,5	-	-
Семена масличных культур	232,7	245,7	226,6	239,7	6,1	6,0
Картофель	0,5	0,2	0,5	0,1	0,00	0,1
Овощи	35,0	34,4	34,8	34,2	0,2	0,2
Скот и птица (в живом весе)	52,2	52,8	50,2	51,4	2,0	1,4
Молоко	76,3	73,4	75,7	73,3	0,6	0,1
Яйца, млн шт.	329,0	358,0	324,3	351,8	4,7	6,2

Основными каналами реализации исследуемых видов продовольственной продукции являлись перерабатывающие организации и организации оптовой торговли, поскольку по данному каналу сельскохозяйственные предприятия могли реализовывать крупные партии товаров [5].

Однако реализация крупным оптовым организациям таких видов продукции как картофель, овощи, скот и птица, молоко, яйца обезличивает самих производителей данных видов продукции. Поэтому крупным агропредприятиям, располагающимся вблизи районных центров, важно организовывать собственные магазины и торговые точки на рынках. Это позволит в дальнейшем позиционировать своё предприятие на рынке и создавать благоприятный имидж, что особенно важно в условиях импортозамещения.

Таблица 2 – Структура реализации основных видов сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, % [6.С. 53]

Виды продукции	Реализовано всего		в том числе:			
			перерабатывающим организациям и организациям оптовой торговли		по другим каналам	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
Зерно, в т.ч.:	100	100	93,5	92,8	6,5	7,2
пшеница	100	100	95,5	95,3	4,5	4,7
рожь	100	100	91,0	84,8	9,0	15,2
просо	100	100	89,4	79,9	10,6	20,1
гречиха	100	100	97,8	93,8	2,2	6,2
кукуруза	100	100	97,3	97,6	2,7	2,4
ячмень	100	100	83,8	82,1	16,2	17,9
овес	100	100	80,0	66,7	20,0	33,3
зернобобовые	100	100	92,0	96,5	8,0	3,5
Сахарная свекла	100	100	100	100	-	-
Семена масличных культур	100	100	97,4	97,6	2,6	2,4
Картофель	100	100	89,9	50,0	10,1	50,0
Овощи	100	100	99,4	99,4	0,6	0,6
Скот и птица (в живом весе)	100	100	96,2	97,3	3,8	2,7
Молоко	100	100	99,2	99,9	0,8	0,1
Яйца	100	100	98,6	98,3	1,4	1,7

В этой связи можно выделить следующие особенности управления сбытом продукции агропредприятий в условиях импортозамещения.

Во-первых, агропредприятиям важно постоянно вести работу над диверсификацией рынков сбыта (в том числе создание собственных магазинов и торговых точек на городских и сельских рынках) для завоевания более крепких позиций на отечественном продовольственном рынке;

во-вторых, агропредприятиям важно работать над имиджем своих предприятий, над созданием брендов для того, чтобы продукция отечественных агропроизводителей была узнаваема также, как продукция зарубежных производителей;

в-третьих, использовать разнообразные средства продвижения производимой продовольственной продукции (рекламу, проведение промоакции и другие средства и инструменты продвижения).

Таким образом, эффективное управление сбытом произведенных товаров позволит агропредприятиям повысить конкурентные преимущества как выпускаемой продукции, так и самих конкретных предприятий; укрепить позиции на российском продовольственном рынке; повысить эффективность сбытовой деятельности.

Список литературы

1. Тенденции развития инфраструктуры агропродовольственного рынка в условиях импортозамещения: научная монография / Е.В. Васильева, С.И. Горбунов, С.И. Ткачев, И.В. Петрова, Н.А. Барковская, Л.В. Казакова, А.И. Пшенцова, Л.Н. Минеева – Саратов: ООО «Амирит», 2016. – 172 с.
2. Васильева Е.В. Системный подход к исследованию продовольственного рынка и его инфраструктурного обеспечения // Экономические науки. - 2009. - № 50. - С. 82-85.
3. Васильева Е.В., Петрова И.В. Основные проблемы формирования инфраструктуры продовольственного рынка // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2011. № 7. С. 79-81.
4. Васильева Е.В., Ткачев С.И., Петрова И.В. Проблемы и перспективы развития торговой инфраструктуры регионального агропродовольственного рынка в современных экономических условиях // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. - 2015. -№ 10 (82). - С. 47.
5. Петрова И.В. Разработка модели стратегического плана формирования и развития торговой инфраструктуры агропродовольственного рынка//Аграрный научный журнал. 2012. № 1. С. 91-93.
6. Статистический ежегодник Саратовской области 2015 год: Статистический сборник в 2 т., т.2 / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. Саратов, 2016. – С.50
7. Переверзин Ю.Н., Васильева Е.В. Методологические основы формирования инфраструктуры агропродовольственного рынка: научная монография – Саратов: ИЦ «РАТА», 2010. – 245 с.