

УДК 339.13

ЗЕРНОТРЕЙДИНГ КАК СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕАЛИЗАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АПК

Анжелика Рашитовна Байчерова
Светлана Сергеевна Вайцеховская
Наталья Николаевна Тельнова

Ставропольский государственный аграрный университет
355017 г. Ставрополь, пер. Зоотехнический, 12
Российская Федерация

Введение. Социально-экономические трансформации последних лет формируют новые запросы хозяйственной сфере, связанные с минимизацией этапов заключения торговых сделок и оптимизации процессов доведения готовой товарной продукции до потенциальных покупателей. Не исключением является и рынок сельскохозяйственной продукции, который в силу отраслевых особенностей медленнее адаптируется к современным рыночным запросам в результате чего, торговые агенты (посредники) диктуют аграриям свои условия. В результате, для конечных потребителей сельскохозяйственного сырья ключевыми участниками рынка становятся коммерческие единицы, а не производственные сельскохозяйственные предприятия. Модернизация сбытовой деятельности и адаптация аграриев к современным инструментам сбыта производимой продукции позволят повысить и эффективность коммерческой деятельности. **Цели.** Комплексное авторское исследование современных направлений совершенствования реализационной деятельности в АПК. Выработка рекомендаций по внедрению предложенных направлений на практике на примере ООО «Надежда» (Ставропольский край). **Методология.** В процессе исследования проблем реализационной деятельности в АПК использовались методы логического, статистического анализа. **Результаты.** На примере конкретного предприятия сформированы ключевые организационно-экономические направления совершенствования реализационной деятельности на основе внедрения службы зернотрейдинга. Для обоснования предлагаемых мероприятий произведен расчет прогнозных значений объемов реализации товарной продукции до реализации предложенных мероприятий и после. Проведен сравнительный анализ. **Выводы.** Сделан вывод о том, что при выработке новых подходов к реализации товарной продукции, сельскохозяйственные предприятия могут увеличивать размер получаемых доходов, и повышать коммерческую эффективность.

Ключевые слова: АПК, эффективность, каналы сбыта, реализационная деятельность, зернотрейдинг, торговая площадка

Введение

Организационные и экономические проблемы развития зернопродуктового подкомплекса в Российской Федерации активно изучены в работах А.В. Алпатова [1], А.И. Алтухова [2] ряда других авторов, которые в своих исследованиях акцентируют внимание на необходимости кооперации и выстраивании внутриотраслевых связей и подсистем. При этом, ценовое и технологическое регулирование рынка осуществляется, преимущественно на основе государственного рычага. На практике, данный подход активно используется при разработке Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 г. От 02.02.2015 г. № 151-р. В работах О.В. Сидоренко [7], И.Г. Генералова [4], Р.А. Вахрамеева [3], данные проблемы изучены с позиции актуально-

сти доминирования рыночных механизмов регулирования зернопродуктового подкомплекса РФ. В их исследованиях именно рыночные рычаги рассматриваются как ключевые инструменты эффективного развития данной отрасли.

Основными аспектами современных механизмов управления агропромышленными компаниями являются снабжение производственной деятельности, собственно производство и реализация готовой продукции. Все эти процессы любое сельскохозяйственное предприятие осуществляет в условиях жесткой конкуренции. В рамках данных обстоятельств реализационная деятельность представляет собой целеориентированный процесс, принципы и основные методы которого направлены на организацию поиска и заключения коммерческой сделки между сельскохозяйственным предприятием и конечным потребителем продукции. В понятие реализационной деятельности в АПК включена не только торговля, но и как и в других сферах народного хозяйства, сюда относятся и процессы транспортировки, хранения, взаимодействия и др.

Целью статьи является выявление особенностей, поиск и формирование современных инструментов совершенствования реализационной деятельности предприятий АПК на примере конкретного сельскохозяйственного предприятия.

Анализ современных механизмов реализационной деятельности в АПК Российской Федерации

В современной производственной практике АПК основными участниками при осуществлении реализационной деятельности выступают следующие субъекты:

- производители сельскохозяйственной продукции – сюда относятся предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере аграрного производства всех видов организационно-правовых форм;
- покупатели сельскохозяйственной продукции первичного уровня (предприятия хранения и первичной переработки), дилерские компании, торгово-закупочные единицы, продовольственные рынки, торговые агенты и др.
- посредники, которые могут быть как частными, так и государственными;
- конечные потребители (отдельные физические лица, организации общественного сервиса, перерабатывающие предприятия) [1, 10].

Отраслевые особенности аграрного сельского хозяйства формируют систему специфических особенностей и реализационной деятельности. На наш взгляд, к ним можно отнести следующие свойства:

- социально-экономические особенности, а именно, сложные социально-экономические связи в данной отрасли, многоукладность сельской экономики, роль интеграции и кооперирования и др.
- организационно-технические особенности.

В данную группу относятся особенности, связанные с использованием биоклиматического потенциала, незаменимость основных средств аграрного производства (земля, почва, вода, солнечный свет), пространственная рассредоточенность производственных процессов, сезонный характер производства.

Глобализация современных рынков обусловила возможность сельскохозяйственным предприятиям различных форм, осуществлять реализационную деятельность на рынках различных типов, мы выделим пять ключевых: потребительский, промышленный, рынок промежуточных продавцов, рынок централизованных закупок, международный рынок [4, 5, 9].

С позиции современных управленческих и маркетинговых теорий, оптимизация сбытовой деятельности предприятий АПК в обобщенном понимании должно быть сконцентрировано на создании, эффективных юридических, организационных условий для воспроизводства конкурентных товаров по выгодным для производителей и оптимальным для покупателей ценам. Систематизируем струк-

туру задач, которые стоят перед производителями сельскохозяйственной продукции при ее реализации. Здесь мы видим, что отраслевые особенности АПК определяют широкий спектр решаемых задач. Политические задачи, направлены на удовлетворение стратегически важной потребности в продовольственной безопасности страны. Экономические задачи определяют уровень благосостояния населения и производителей. Уровень развития производственной и социальной инфраструктуры АПК определяется эффективностью решения социальных задач при достаточной реализации сельскохозяйственной продукции. (рисунок 1).

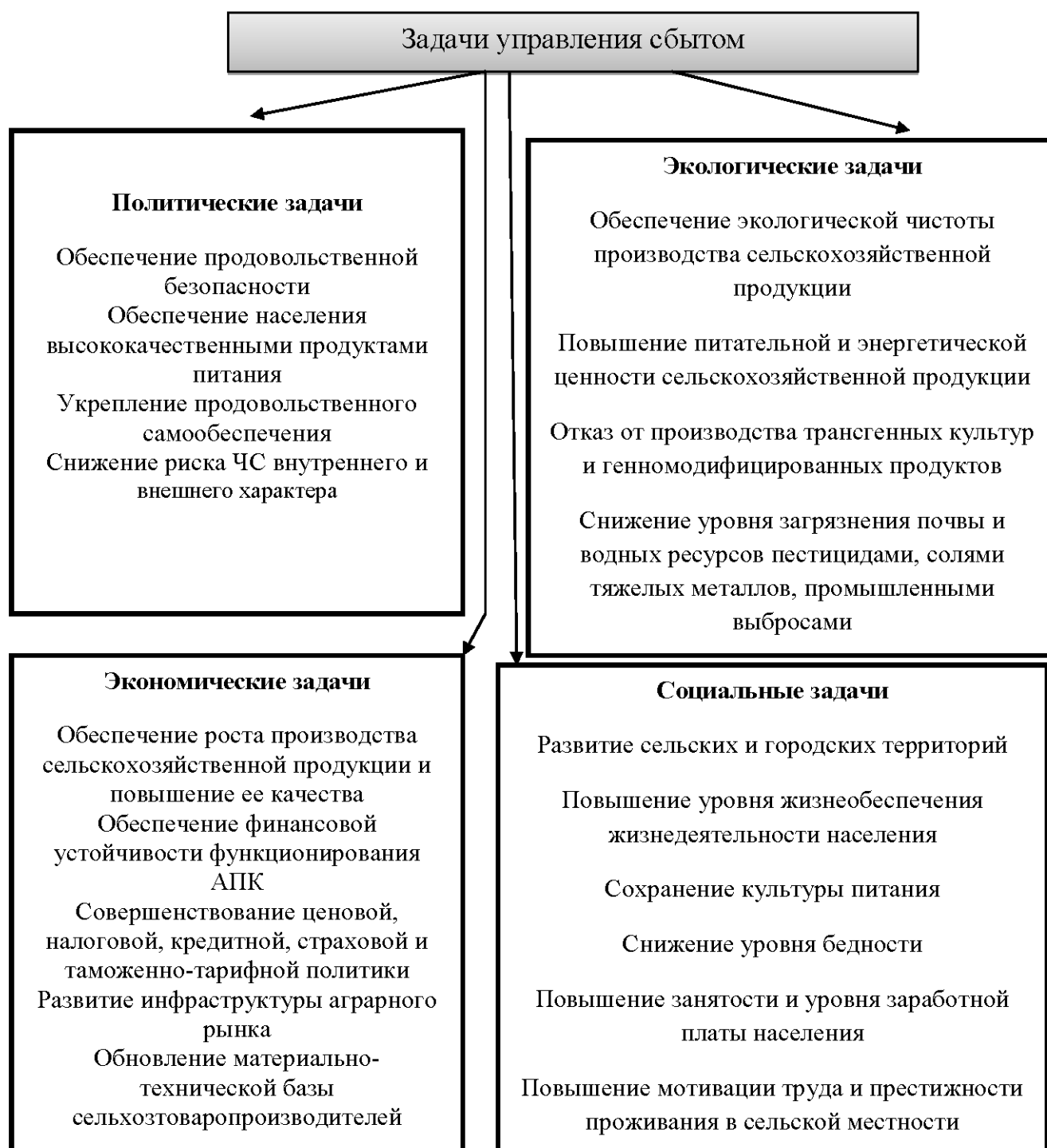


Рисунок 1 – Задачи управления реализационной деятельностью сельскохозяйственной продукции в РФ

Таким образом, современные экономические трансформации, глобализация товарных рынков, ужесточение конкурентной борьбы на аграрных рынках, перенос фокуса управления хозяйственной деятельностью агропредприятий в сторону активизации реализационной деятельностью, все это в кратчайшей перспективе формирует необходимость создания объективных правовых, и организационно-экономических факторов для аграрного производства продукции в необходимом объеме и ассортименте [2,6].

Согласно данным рисунка 2, в современной производственной практике зернового комплекса, производители зерна, продуцирующие для внутреннего рынка, реализуют товар в рамках трех основных направлений: внутренний спрос, который формируют крупные производители пищевой промышленности, животноводства, а также перекупщики товарного зерна и другое [8].



Рисунок 2 – Направления реализации зерновой продукции

Немаловажным источником реализации зерна на внутреннем рынке является государственный ресурс обеспечения продовольственной безопасности. Государственный резерв предназначен для обеспечения мобилизационных нужд Российской Федерации обеспечения неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, оказания регулирующего воздействия на рынок и других стратегически важных задач [1,3,7].

Методы

Для конкретизации процессов формирования направления и инструментов совершенствования реализационной деятельности сельскохозяйственных предприятий обратимся к данным конкретного аграрного предприятия – ООО «Надежда» (Ставропольский край). Специализацией хозяйства является выращивание и реализация растениеводческой продукции: зерновых и масличных культур. Как показывают данные о размерах производства, размер прибыли в 2020

году составил 61,1 млн. руб., уровень рентабельности производства – 30,1%.

Ввиду того, что реализация зерновых в хозяйстве осуществляется путем заключения договоров купли-продажи напрямую, руководство предприятия и функциональные подразделения не осуществляют работу по поиску экономически выгодных сделок. Продажи ведутся исходя из среднерыночных цен по региону, и фактически поступивших заявок от перерабатывающих предприятий, и коммерческих компаний, нереализованное зерно переходит в запасы и распределяется в дальнейшем только при поступлении входящих предложений по купле-продаже товарного зерна.

Рассмотрим более предметно действующий механизм реализационной деятельности в ООО «Надежда». Маркетинговой деятельностью, а именно изучением рынка, установлением цен, организацией сбыта и товародвижения, занимается директор общества (рисунок 3).

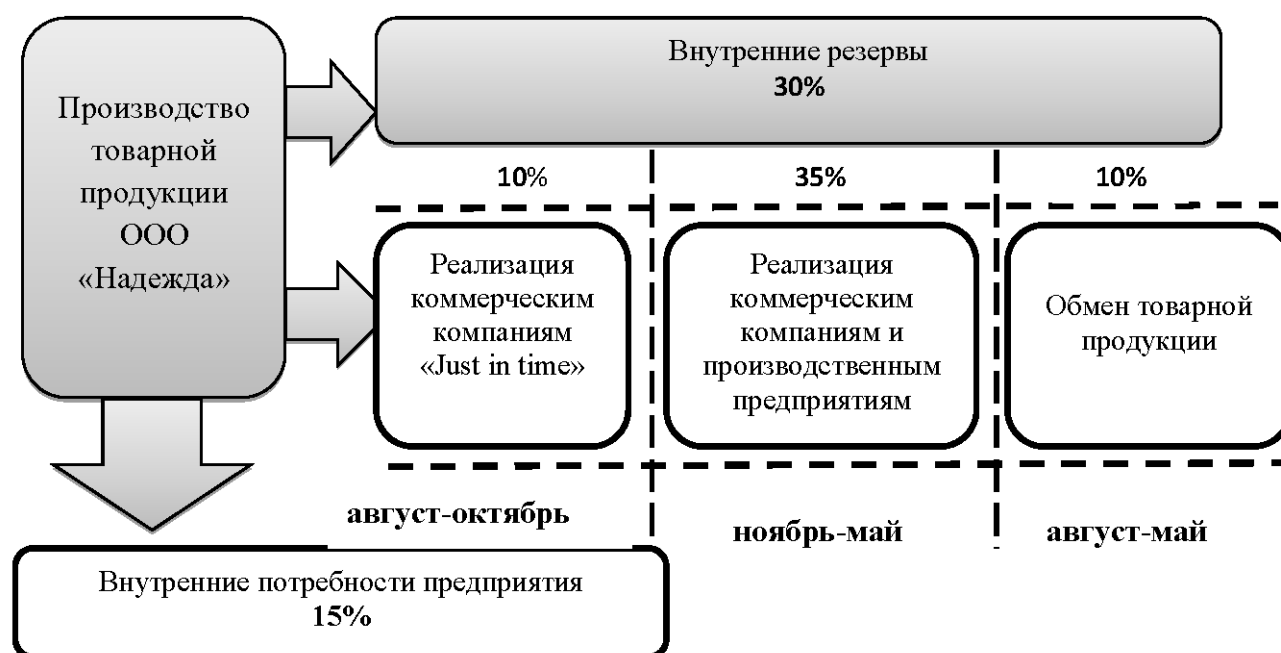


Рисунок 3 – Система реализационной деятельности ООО «Надежда»

Основными клиентами выступают торговые агенты, коммерческие организации, занимающиеся куплей и последующей перепродажей товарного зерна и другой продукции сельскохозяйственного производства. В результате, среди контрагентов ООО «Надежда» сформировалась группа надежных, постоянных покупателей.

Большие объемы производства зерновой продукции, наличие свободных денежных средств и постоянно пополняемые запасы товарной продукции обусловили пассивную реализационную политику ООО «Надежда». Излишки товарной продукции при подходе нового урожая продаются по минимальной рыночной стоимости, что формирует эффект упущенной выгоды для хозяйства.

В данной связи, нами предложено выработать дополнительные направления повышения эффективности сбытовой деятельности в ООО «Надежда», с целью минимизации рисков негативного влияния факторов внешней среды и повышения эффективности деятельности сельскохозяйственного предприятия – расширение каналов сбыта производимой продукции путем участия ООО «Надежда» в системе электронных торгов на внутреннем рынке зернотрейдинга.

В результате проводимых мероприятий по расширению каналов сбыта зерновой продукции ООО «Надежда» произойдет сокращение запасов товарной продукции

вдвое. Обратимся к данным одной из электронных площадок по купле-продаже зерновых и масличных культур GrainChain (рисунок 4). Как показывает представленное ниже изображение, возможен поиск покупателя, контроль реализационной цены предлагаемого товара, контроль объемов сделки и качественных параметров продаваемого зерна.

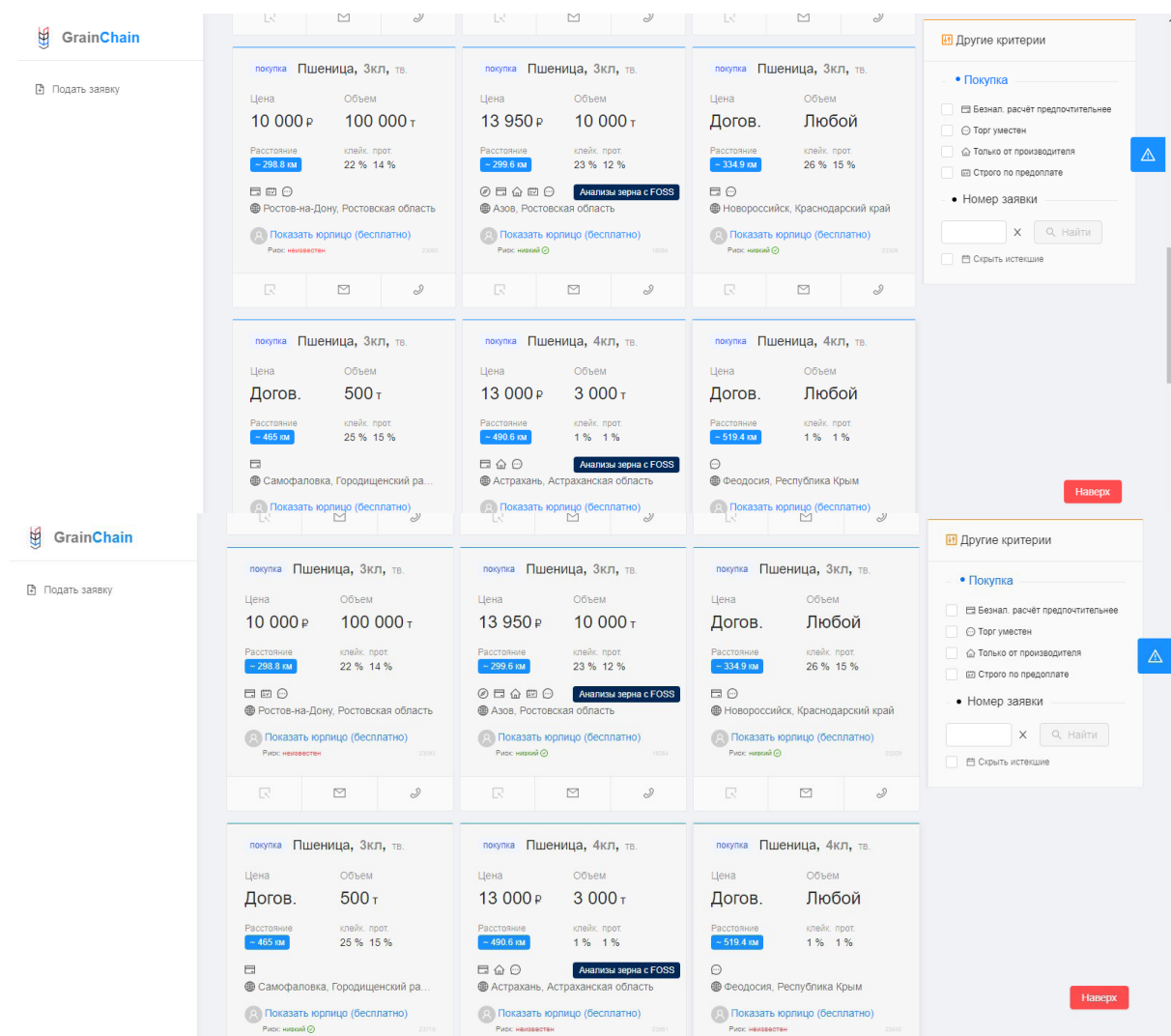


Рисунок 4 – Интерфейс торговой площадки Grain Chain (Грейн Чейн)

Использование подобных сервисов позволит ООО «Надежда» осуществлять сделки на выгодных для себя условиях на любом этапе производственного периода.

Для реализации предложенных направлений необходимо проведение организационных мероприятий, связанных с выбором потенциального направления производственной деятельности и организации службы маркетинга или сбытовой службы внутри ООО «Надежда».

Потребность персонала для ведения данного направления сбыта не превышает 2 человека, которые должны пройти соответствующее обучение по получению навыков работы на электронных торговых площадках и изучить действующее в РФ законодательство.

Результаты

Для экономического обоснования предлагаемых мероприятий рассчитаем объем экономической выгоды от работы службы сбыта ООО «Надежда» на электронных торговых площадках. Для этого определим объем запасов нереализованной товарной продукции в общей структуре запасов. По результатам 2020 года их размер составил 124 183 тыс. рублей. Учитывая, что планируется сокраще-

нии данных запасов вдвое, составим массив сравнительных данных (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительный объем результатов коммерческой деятельности
ООО «Надежда», тыс. руб.

Вид запасов	Себестоимость, тыс. руб. /т	Стоимость исходя из себестоимости, тыс. руб.	Средняя цена реализации, тыс. руб.	Стоимость исходя из средней цены реализации, тыс. руб.	Средняя цена электронной площадки, тыс. руб.	Стоимость исходя из средней цены электронных площадок, тыс. руб.
Пшеница	7,6	104990	11,8	163743	13,0	179588
Ячмень	6,4	4596	8,0	5681,0	9,0	6463
Подсолнечник	15,5	12257	21,0	16606	260	20560
Рапс	5,5	2340	9,0	3829	9,8	4170
Всего	-	124183	-	189859	-	210781

Как показывают данные таблицы 1, в исследуемом предприятии себестоимость товарной продукции составила 124, 2 млн. руб. При использовании существующих инструментов сбыта, планируемая выручка от ее реализации составит 189,9 млн. рублей. Это позволит предприятию получить прибыль в размере 65,7 млн. руб. При использовании функционала электронной торговой площадки, объем реализации можно увеличить до 210,8 млн. руб. в данном случае прибыль ООО «Надежда» составит 86,6 тыс. руб.

При этом полный переход на электронный зернотрейдинг для ООО «Надежда» является нецелесообразным, наиболее рациональным является постепенное наращивание объемов сбыта, при сохранении существующих коммерческих связей.

Рассчитаем экономическую эффективность предлагаемых мероприятий, для этого обратимся к данным таблицы 2.

Таблица 2

Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий

Параметр	2022*	2023*	2024*	2024* к 2022* в %
Реализация через электронные торговые площадки				
Заработная плата с отчислениями на социальные нужды, тыс. руб.	360,0	420,0	480,0	133,3
Отчисления на социальные нужды, тыс. руб.	108,7	126,8	145,0	134,3
Расходы по организации торгов, тыс. руб.	120,0	130,0	140,0	116,7
Расходы на содержание работы службы, тыс. руб.	120,0	130,0	140,0	116,7
Производственные затраты, тыс. руб.	40511,0	46588,0	53576	132,3
Всего затрат, тыс. руб.	41219,7	46394,8	54481	132,2
Прогнозируемый объем реализации	62141,3	63454,8	82151,0	132,2
Прогнозируемый объем прибыли	20922	24060	27670	132,3
Рентабельность мероприятий, %	50,8	51,9	52,4	-

* прогнозные данные

Как видно из представленных расчетов, при условии, если ООО «Надежда» реализует через электронные торговые площадки треть производимой продукции (именно столько ежегодно остается у предприятия в виде нереализованных запасов), это позволит хозяйству в 2022 г. получить дополнительный доход 20,9 млн. руб. На наш взгляд, при оптимизации каналов сбыта производимой продукции, получение дополнительной прибыли в размере 16,7 млн. руб. является экономически целесообразным и позволит сельскохозяйственному не аккумулировать дополнительную прибыль, но и расширить уровень социально-экономической выгоды от повышения эффективности своей реализационной деятельности.

Заключение

В данной статье рассмотрены основные тенденции развития отечественного зернотрейдинга, изучены действующие механизмы и проблемы его реализации. На примере конкретного сельскохозяйственного предприятия ООО «Надежда» (Ставропольский край) проведен анализ существующей системы сбыта зерновой продукции. Выявлены типовые проблемы и выработаны практические рекомендации по повышению эффективности реализационной деятельности исследуемого предприятия. Рассчитана экономическая эффективность предложенных мероприятий.

Предложенные мероприятия могут стать для зернопроизводителей примером развития внутренней службы сбыта, которая в силу интенсивного развития онлайн-сервисов может вести реализационную деятельность предприятия исходя из внешних запросов рынка о качестве и количестве продукции и собственных ценовых ожиданий того или иного сельскохозяйственного периода.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Список источников

1. Алпатов А.В. Формирование макрорегионального сельскохозяйственного производства в рамках реализации Стратегии пространственного развития России // Вестник сельского развития и социальной политики. 2019. №3 (23).
2. Алтухов А. И. Экономические проблемы развития зернопродуктового подкомплекса России // Образование, наука и производство. 2014. №2 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-problemy-razvitiya-zernoproduktovogo-podkompleksa-rossii> (дата обращения: 01.07.2021).
3. Вахрамеев Р.А. Эмпирическое исследование зернопродуктового подкомплекса Российской Федерации // Journal of new economy. 2017. №6 (74).
4. Генералов И.Г. Тенденции развития зернового хозяйства в Приволжском федеральном округе // Вестник НГИЭИ. 2019. №1 (92).
5. Никонов А.Г. Роль технологических инноваций в развитии сельской местности депрессивного региона // Экономика нового мира. 2019. №4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tehnologicheskikh-innovatsiy-v-razvitiy-selskoy-mestnosti-depressivnogo-regiona> (дата обращения: 06.06.2021).
6. Оборин М.С. Развитие сельскохозяйственной специализации как альтернативного направления диверсификации экономики Приволжского федерального округа // Вестник ЗабГУ. 2018. №9.
7. Сидоренко О.В. Функционально-отраслевая оценка развития зернопродуктового подкомплекса: концептуальный подход // Экономический анализ: теория и практика. 2014. №4 (355).
8. Сидоренко О.В. Бизнес – ориентированный дивизиональный подход к фор-

мированию хозяйственных связей в зернопродуктовом подкомплексе // Вестник Орел ГАУ. 2015. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-orientirovannyu-divizionalnyu-podhod-k-formirovaniyu-hozyaystvennyh-svyazey-v-zernoproduktovom-podkomplekse> (дата обращения: 01.07.2021).

9. Сиптиц С.О., Романенко И.А., Евдокимова Н.Е. Моделирование экспорта агропродовольственной продукции при различных сценариях долгосрочных климатических изменений // МСХ. 2020. №3.
10. Чернявская С. А., Гончарова Н. В., Новохацкая И. А. Отдельные аспекты анализа реализации сельскохозяйственной продукции организаций Краснодарского края // Вестник Академии знаний. 2020. №1 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otdelnye-aspekty-analiza-realizatsii-selskohozyaystvennoy-produktsii-organizatsiy-krasnodarskogo-kрая> (дата обращения: 06.07.2021).

References

1. Alpatov A.V. Formation of macro-regional agricultural production within the framework of the implementation of the spatial development Strategy of Russia // Bulletin of Rural Development and social Policy. 2019. №3 (23).
2. Altukhov A. I. Economic problems of the development of the grain-product subcomplex of Russia // Education, science and production. 2014. No. 2 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-problemy-razvitiya-zernoproduktovogo-podkompleksa-rossii> (accessed: 01.07.2021).
3. Vakhrameev R. A. Empirical study of the grain-product subcomplex of the Russian Federation // Journal of new economy. 2017. №6 (74).
4. Generalov I. G. Trends in the development of grain farming in the Volga Federal District // Vestnik NGIEI. 2019. №1 (92).
5. Nikonov A. G. The role of technological innovations in the development of rural areas of a depressed region // The economy of the new world. 2019. No. 4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tehnologicheskikh-innovatsiy-v-razvitii-selskoy-mestnosti-depressivnogo-regiona> (accessed: 06.06.2021).
6. Oborin M. S. Development of agricultural specialization as an alternative direction of diversification of the economy of the Volga Federal District // Vestnik ZabGU. 2018. №9.
7. Sidorenko O. V. Functional and sectoral assessment of the development of the grain-product subcomplex: a conceptual approach // Economic analysis: theory and practice. 2014. №4 (355).
8. Sidorenko O. V. Business - oriented divisional approach to the formation of economic relations in grain products // Vestnik Orelgau. 2015. No. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-orientirovannyu-divizionalnyu-podhod-k-formirovaniyu-hozyaystvennyh-svyazey-v-zernoproduktovom-podkomplekse> (date accessed: 01.07.2021).
9. Septic Stanislav Inc., Romanenko Irina, Natalia Evdokimova E. Modeling of export of agricultural products under different scenarios of long-term climate change // the Ministry of agriculture. 2020. No. 3.
10. Chernyavskaya S. A., Goncharova N. V., Novokhatskaya I. A. Some aspects of the analysis of the sale of agricultural products of organizations of the Krasnodar Territory // Bulletin of the Academy of Knowledge. 2020. No. 1 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otdelnye-aspekty-analiza-realizatsii-selskohozyaystvennoy-produktsii-organizatsiy-krasnodarskogo-kрая> (accessed: 06.07.2021).

GRAIN TRADING AS A MODERN DIRECTION OF IMPROVING IMPLEMENTATION ACTIVITIES IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Angelika R. Baycherova
Svetlana S. Vaitsekhovskaya
Natalia N. Telnova

Stavropol State Agrarian University
per. Zootechnical, 12, 355017, Stavropol, Russian Federation

Introduction. The socio-economic transformations of recent years are forming new demands in the economic sphere related to minimizing the stages of concluding trade transactions and optimizing the processes of bringing finished goods to potential buyers. The market of agricultural products is not an exception, which, due to industry characteristics, adapts more slowly to modern market demands, as a result of which, sales agents (intermediaries) dictate their conditions to farmers. As a result, commercial units, rather than agricultural production enterprises, become the key market participants for the final consumers of agricultural raw materials. The modernization of sales activities and the adaptation of farmers to modern tools for selling manufactured products will also increase the efficiency of commercial activities. **Objective.** A comprehensive author's study of modern trends in improving implementation activities in the agro-industrial complex. Development of recommendations for the implementation of the proposed directions in practice on the example of LLC "Nadezhda" (Stavropol Territory). **Methodology.** In the process of studying the issues of implementation activity in the agro-industrial complex, methods of logical and statistical analysis were used. **Results.** On the example of a specific enterprise, the key organizational and economic directions for improving implementation activities based on the introduction of a grain trading service are formed. **Conclusions.** It is concluded that when developing new approaches to the sale of marketable products, agricultural enterprises can increase the amount of income received and increase commercial efficiency.

Keywords: agro-industrial complex, efficiency, sales channels, sales activity, grain trading, trading platform