

Список использованной литературы

1. Логистика: учебно-методическое пособие: [для студентов, аспирантов и слушателей экономических специальностей] / О.М. Овечкина. – Минск: Амалфея, 2020. – 214 с.
2. Логистика во внешнеэкономической деятельности: учебное пособие / Е.С. Аكوпова, Т.Е. Евтодиева. – Москва: Русайнс, 2020. – 189 с.
3. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дэйвид Дж. Клосс. – Москва: Олимп-Бизнес, 2017. – 635 с.
4. Неруш, Ю. М. Логистика: учебник и практикум для СПО / Ю.М. Неруш, А.Ю. Неруш. – 5-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 559 с.

УДК 338.436.33

НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ АГРОХОЛДИНГОВ НА АПК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Иванова И.Г., к.э.н., доцент,
Герасименко А.Е.,
Котляр К.П.**

ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар

Ключевые слова: агрохолдинг, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, сельское население, государственные программы в сфере АПК.

Key words: agroholding, agro-industrial complex, agriculture, rural population, state programs in the field of agriculture.

Аннотация: В статье дается определение агрохолдингов. Приводятся причины появления агрохолдингов в нашей стране. Далее исследуется взаимодействие между агрохолдингами и малыми крестьянскими и фермерскими хозяйствами. Выявляется негативное влияние агрохолдингов на агропромышленный комплекс в Российской Федерации.

Abstract: The article defines agricultural holdings. The reasons for the appearance of agricultural holdings in our country are given. Further, the interaction between agricultural holdings and small peasant and farm farms is investigated. The negative impact of agricultural holdings on the agro-industrial complex in the Russian Federation is revealed.

Возникновение агрохолдингов в нашей стране произошло из-за потребности объединения большого количества гектаров земельных участ-

ков и предприятий, которые функционируют в сфере АПК. Критерием отнесения хозяйствующих субъектов к агрохолдингам выступает наличие в их составе интегратора. Интегратор представляет собой крупное предприятие сферы промышленности, торговую сеть или организацию, которая занята в сфере добычи полезных ископаемых. При этом интегратор не имеет отношения к сфере АПК.

Некоторое время спустя стало понятно, что взаимоотношения между агрохолдингами и мелкими формами хозяйствования, такими как крестьянские или фермерские хозяйства, развиваются в негативном ключе.

Агрохолдинги, имеющие в своем распоряжении, достаточное количество денежных ресурсов могли платить достаточно высокую арендную плату собственникам земельных участков. Это вело к вытеснению мелких крестьянских и фермерских хозяйств, поскольку они не имеют такого количества денежных средств как агрохолдинги и, соответственно, не могут конкурировать с ними. В следствие этого, большое количество мелких фермерских и крестьянских хозяйств перестали существовать [2].

Развитие агрохолдингов должно было бы привести к положительным показателям социально-экономического развития территорий, специализирующимся на сельском хозяйстве. Данных тенденций при этом в настоящее время не наблюдается. Это связано с тем, что с появлением агрохолдингов малые формы хозяйствования пострадали, а развитие территорий тесно связано с развитием малых форм хозяйствования [4].

Функционирование крупных агрохолдингов позволяет сделать вывод о том, что, как правило, предприятия, вошедшие в их структуру, перестали быть самостоятельными в хозяйственном плане, лишились своих сельскохозяйственных угодий и большей части производственных фондов (в том случае, если вносили таким образом свою часть в уставный капитал агрохолдингов).

Все сельскохозяйственные предприятия, вошедшие в агрохолдинги, являются подконтрольными инвесторам: обеспечение материалами, финансирование, приобретение средств производства, принятие решений об оплате труда осуществляется через головную компанию.

Практика показывает, что возникают ситуации, когда инвестор принимает решение выйти из агрохолдинга, тем самым оставляет сельскохозяйственные предприятия, входящие в холдинг, без финансирования. Из-за деятельности агрохолдингов в сельской местности происходит еще большее расслоение общества, выделение в них бедных и богатых.

Агрохолдинги стремятся приобрести земельные ресурсы, принадлежащие сельским жителям, по низким ценам и осуществить отчуждение работающих от результатов их труда [6].

В таблице 1 представлены самые крупные агрохолдинги в Российской Федерации.

В современных условиях государственная поддержка в области сельского хозяйства, ориентирована, в первую очередь, на агрохолдинги. Мелким фермерским хозяйствам не уделяется достаточного внимания.

Таблица 1 Самые крупные агрохолдинги

Место	Название компании	Сфера деятельности	Выручка (млрд рублей)
1	ГК «Содружество»	Переработка маслосодержащих культур	202,1
2	КДВ Групп	Производство кондитерских изделий, снеков	144,4
3	«Русагро»	Производство сахара, свинины, масло-жировой продукции, выращивание сельскохозяйственных культур	138,2
4	«Эфко»	Производство растительных рафинированных масел и жиров	122,0
5	«Группа Черкизово»	Разведение свиней и сельскохозяйственной птицы, переработка, производство мясной продукции и комбикормов	120,11
6	«Мираторг»	Животноводство и растениеводство, переработка	119,1
7	«Данон Россия»	Переработка молока	109,5
8	«Вимм-Билль-Данн»	Переработка молока	100,3
9	«Каргилл»	Производство пищевых масел и жиров, солода, продукции из мяса скота и птицы	81,2
10	«Агро-Белогорье»	Свиноводство, молочное животноводство, производство кормов	78,6

Недостаток собственных денежных средств ведет к тому, что крестьянское или фермерское хозяйство вынуждено пользоваться заемными средствами. При этом кредиты могут получить около 4% фермерских хозяйств. Затем, даже в том случае, если фермерскому или крестьянскому хозяйству удалось произвести продукцию, у него возникают проблемы с ее реализацией. Агрохолдинг может свою продукцию предложить торго-

вым сетям, фермер же реализовать продукцию торговым сетям не может, поскольку данный рынок для него закрыт. Также в современных условиях имеется запрет на торговлю собственной продукцией в палатках или автолавках [7].

Все вышесказанное ведет к тому, что малые предприятия, занятые в области сельского хозяйства, разоряются, что приводит к повышению безработицы в селе и, как следствие, оттоку населения из села в города.

Следует заметить, что тенденция, связанная со снижением численности населения в сельской местности наметилась уже давно, тем не менее, в последние несколько лет данный процесс стал более интенсивным.

Можно отметить, что у сельских жителей нет гарантии роста или даже сохранения доходов при масштабном развитии агрохолдингов.

Премии за рост производства, достигнутого за счет эксклюзивного доступа к субсидиям, получают в виде дивидендов и высокой зарплаты собственники и менеджмент агрохолдингов [1]. Четкой взаимосвязи между рентабельностью продукции агрохолдингов и заработной платой сельскохозяйственных рабочих нет, что ведет к невозможности достижения основной цели в области государственной политики по развитию агропромышленного комплекса – повышению доходов сельского населения [5].

Перспективным направлением в части развития агрохолдингов являются государственные агрохолдинги. При своей деятельности они не наносят ущерб социальной и производственной инфраструктуре в сельской местности. Деятельность государственных агрохолдингов основана на принципах интеграции и кооперации [3]. При этом аграрные предприятия, которые входят в состав государственных агрохолдингов, могут действовать самостоятельно как в экономическом и финансовом плане, так и в правовой деятельности.

Итак, агрохолдинги в Российской Федерации не заинтересованы в развитии социальной сферы сельскохозяйственных территорий, а также сотрудничестве с мелкими крестьянскими или фермерскими хозяйствами. Это ведет к тому, что сельское население относится негативно к агрохолдингам. Решение данной проблемы невозможно без государственного вмешательства. Государству стоит пересмотреть свое отношение к агрохолдингам и мелким сельскохозяйственным товаропроизводителям. Только тесное сотрудничество агрохолдингов и мелких фирм будет способствовать развитию сельских территорий нашей страны.

Список использованной литературы

1. Барсукова С.Ю. Дилемма «фермеры-агрохолдинги» в контексте импортозамещения / С.Ю. Барсукова // *Общественные науки и современность. Общество и реформы.* – 2016. – № 5. – С. 64.

2. Гришин Е.В. Атрибуты менеджмента развития малого сельского хозяйствования / И.Г. Иванова., А.В. Толмачев. // *Политематический сете-*

тевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 127. – С. 584–594.

3. Калафатов Э.А. Негативное влияние агрохолдингов на социально-экономическое развития сельских территорий // Московский экономический журнал. – 2022. – № 2. – С. 270–286.

4. Кобозева Е.М., Иванова И.Г. Роль регионального АПК в системе импортозамещения // В сборнике: Международная научно-практическая конференция по актуальным вопросам экономики и гуманитарных наук в 2015 году. Материалы научно-практической конференции. – 2015. – С. 109–114.

5. Коломыц О.Н. Программно-целевой подход в системе регионального инновационноинвестиционного развития. / О.Н. Коломыц, И.Г. Иванова. // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1–2. – С. 376–379.

6. Толмачев А.В., Лисовская Р.Н., Иванова И.Г. Сущность, этапы роста и направления поддержки малого аграрного хозяйствования // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 115(01). – С. 498–516.

7. Шагайда Н. Драйверы роста и структурных сдвигов в сельском хозяйстве России / Н. Шагайда, В. Узун. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. – 98 с.

УДК 338.43

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Казакевич Л.А., к.ф.-м.н., доцент,

Шабар В.А.

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинг, молочная продукция, ассортимент, экспорт, маркетинговые инструменты.

Key words: competitiveness, marketing, dairy products, assortment, export, marketing tools.

Аннотация: В работе проведен анализ роли маркетинговых инструментов в обеспечении конкурентоспособности предприятий. На примере Солигорского филиала ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» рассмотрена производственная и маркетинговая деятельность. Определены основные инструменты маркетинга, позволяющие организации обеспечить конкурентную позицию на рынке молочной продукции.