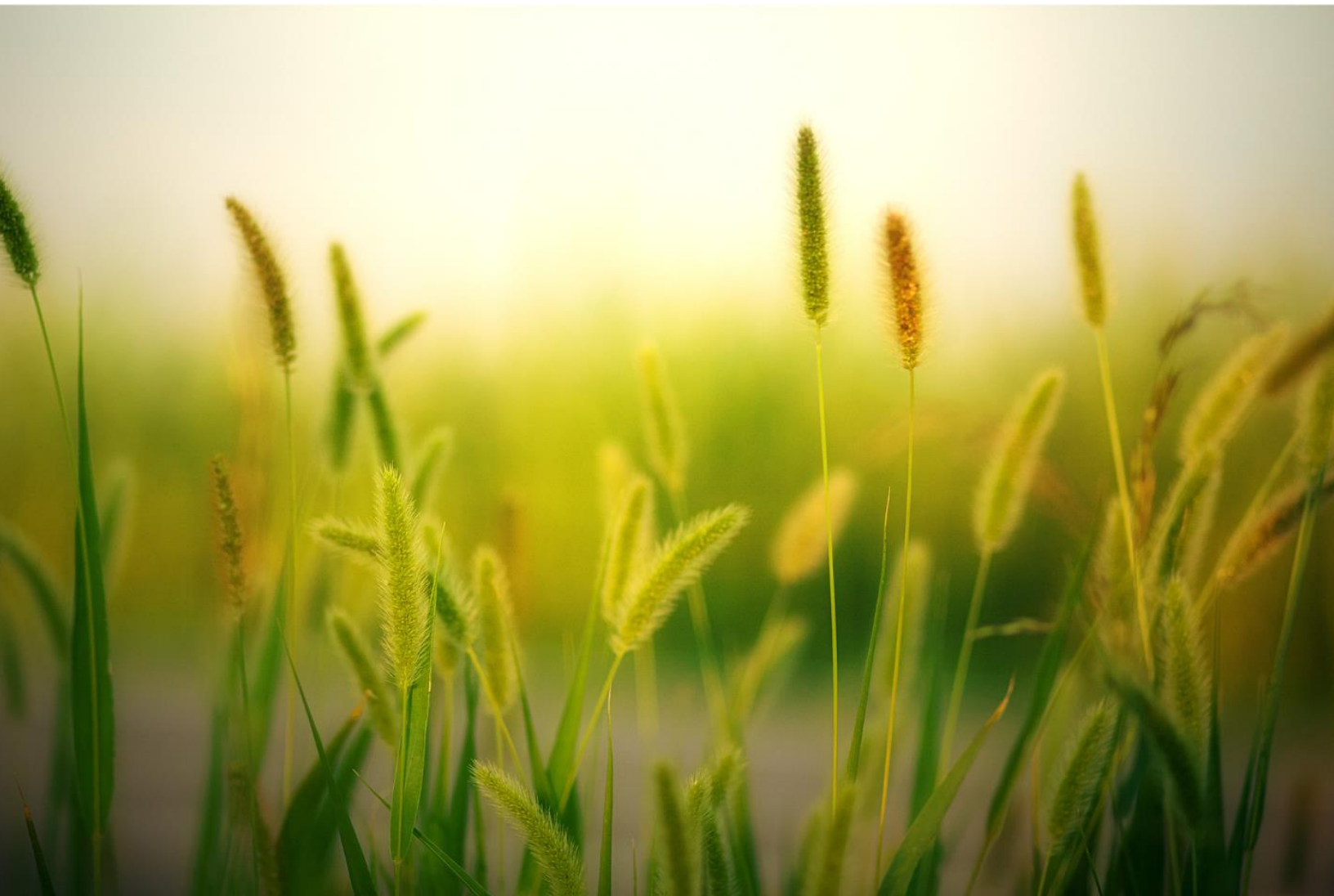


ИЮНЬ 2024 | ВЫПУСК №4

# АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА



**АРЕJ.RU**

**ISSN 2412-2521**

АГРАРНЫЙ РЫНОК  
ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО  
ПРЕДПРИЯТИЯ  
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ  
НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ  
ПРЕДПРИЯТИИ  
ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
АПКАГРАРНЫЙ МАРКЕТИНГ

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

# **АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

**№ 4/2024**

[www.apej.ru](http://www.apej.ru)

Нижний Новгород 2024

УДК 338.43

ББК 65.32

A 263

Международный научно-практический электронный журнал «Агропродовольственная экономика», Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №4 - 2024. – 29 с.

ISSN 2412-2521

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современной аграрной науки и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления агропромышленного комплекса.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору № 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте [www.apej.ru](http://apej.ru) ([http://apej.ru/2015/11?post\\_type=article](http://apej.ru/2015/11?post_type=article))

УДК 338.43

ББК 65.32

## **Редакционная коллегия:**

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент

## **Редакционный совет:**

1. **Пестерева Нина Михайловна** – член-корр. Российской академии естественных наук; Действительный член Академии политических наук; Действительный член Международной академии информатизации образования; Доктор географических наук, Профессор метеорологии, профессор кафедры управления персоналом и экономики труда Дальневосточного федерального университета, Школы экономики и менеджмента г. Владивосток. Пестерева Н.М. награждена Медалью Ордена за услуги перед Отечеством II степени (за высокие достижения в сфере образования и науки). Является почетным работником высшего профессионального образования РФ. *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по направлению “Экономика труда в АПК”, “Эколого-экономическая эффективность производства”.*
2. **Бухтиярова Татьяна Ивановна** – доктор экономических наук, профессор. Профессор кафедры “Экономика и финансы”. (Финансовый университет при Правительстве РФ, Челябинский филиал). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
3. **Гонова Ольга Владимировна** – доктор экономических наук, профессор. Зав. кафедрой менеджмента и экономического анализа в АПК (ФГБОУ ВПО “Ивановская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.К. Беляева”, г. Иваново). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
4. **Носов Владимир Владимирович** – доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и статистики ФГБОУ ВПО “Российский государственный социальный университет”. *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
5. **Самотаев Александр Александрович** – доктор биологических наук, профессор. Зав. каф. Экономики и организации АПК (ФГБОУ ВПО “Уральская государственная академия ветеринарной медицины”, г. Троицк). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
6. **Фирсова Анна Александровна** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансов и кредита (ФГБОУ ВПО “Саратовский государственный университета им. Н.Г. Чернышевского”). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
7. **Андреев Андрей Владимирович** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, кредита и налогообложения (Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей в рубриках: Управление и менеджмент, Экономика хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.*
8. **Захарова Светлана Германовна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и управления персоналом НОУ ВПО НИМБ. *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей в рубриках: Управление и менеджмент.*
9. **Земцова Наталья Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
10. **Новикова Надежда Александровна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*
11. **Новоселова Светлана Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

12. **Тиндова Мария Геннадьевна** – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФБГОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.*

13. **Шарикова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

14. **Шаталов Максим Александрович** – кандидат экономических наук. Начальник научно-исследовательского отдела (АНОО ВПО “Воронежский экономико-правовой институт”, г. Воронеж), зам. гл. редактора мульти-дисциплинарного журнала «Территория науки». *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

**Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей**

© НОО Профессиональная наука, 2015-2024

## Оглавление

---

<b>АГРАРНЫЙ МАРКЕТИНГ</b> .....	<b>7</b>
Имескенова Э.Н., Поздняков Н.Н. Тенденции развития маркетинговой деятельности.....	7
<b>АГРАРНЫЙ РЫНОК</b> .....	<b>11</b>
Имескенова Э.Н., Поздняков Н.Н. Методы поиска рыночных ниш .....	11
<b>ХРАНЕНИЕ И ПЕРЕРАБОТКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ</b> .....	<b>16</b>
Эйриян Н.А. Экономика хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.....	16

## АГРАРНЫЙ МАРКЕТИНГ

УДК 33

**Имескенова Э.Н., Поздняков Н.Н. Тенденции развития  
маркетинговой деятельности**

Trends in the development of marketing activities

**Имескенова Эвелина Николаевна,  
Поздняков Никита Николаевич**

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р. Филиппова,  
Улан-Удэ, Россия  
Imeskenova Evelina Nikolaevna,  
Pozdnyakov Nikita Nikolaevich  
Buryat State Agricultural Academy named after V.R. Filippova, Ulan-Ude, Russia

***Аннотация.** Цель исследования: выявить основные характеристики и современные тенденции развития маркетинговой деятельности. В статье рассматривается направление и тенденции современного маркетинга, а также использование технологий и искусственного интеллекта в маркетинге.*

***Ключевые слова.** Маркетинг, маркетинговая деятельность, современные тенденции маркетинга.*

***Abstract.** The purpose of the study is to identify the main characteristics and current trends in the development of marketing activities. The article examines the direction and trends of modern marketing, as well as the use of technology and artificial intelligence in marketing.*

***Keywords.** Marketing, marketing activities, modern marketing trends.*

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.  
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Тенденции развития маркетинговой деятельности обусловлены глобализацией, технологическим прогрессом и трансформациями в экономической сфере. Современные тенденции маркетинга включают:

- Переход от маркетинга «сделай и продай» к маркетингу «услышь и откликнись»;
- Фокусировку на потребностях клиентов;
- Удержание существующих клиентов вместо привлечения новых;
- Ориентацию на нужды и пожелания потребителей;
- Создание сильного бренда как основного актива компании;

## 8

- Развитие виртуальной интеграции (аутсорсинга) внутри компании;
- Постепенный переход к онлайн-работе;
- Развитие маркетинга взаимоотношений;
- Укрепление партнёрских связей с поставщиками, дистрибьюторами и конкурентами;
- Установление тесных контактов с клиентами;
- Прямое взаимодействие с клиентами без посредников;
- Обучение всего персонала основам маркетинга и его участие в маркетинговой деятельности компании.

Также наблюдается интенсивное развитие таких трендов, как видеостриминг, искусственный интеллект, использование инфлюенсеров и персонализация. Видеостриминг станет ещё более популярным, поскольку позволяет потребителям видеть продукт в реальном времени и взаимодействовать с ним. Искусственный интеллект будет применяться для анализа данных и создания персонализированных предложений для клиентов. Инфлюенсеры уже играют значительную роль в продвижении товаров и услуг, так как пользуются доверием аудитории и влияют на принятие решений о покупке. Персонализация станет ключевым фактором успеха, поскольку потребители ожидают индивидуального подхода и предложений, учитывающих их интересы и предпочтения.

Развитие маркетинговых тенденций обусловлено изменением потребительского поведения и развитием технологий. Вот некоторые направления, в которых маркетинг развивается в настоящее время:

- Маркетинг впечатлений: акцент сделан на создании незабываемых и эмоциональных впечатлений для потребителей, что помогает выделиться среди конкурентов и привлечь внимание аудитории.
- Маркетинг в социальных сетях: социальные сети продолжают играть ключевую роль в маркетинге, так как они предоставляют возможность общаться с аудиторией напрямую и быстро реагировать на изменения рынка.
- Маркетинг на основе данных: сбор и анализ данных о потребителях позволяет создавать более точные и эффективные маркетинговые стратегии, которые учитывают индивидуальные потребности и предпочтения каждого клиента.
- Маркетинг в электронной коммерции: развитие интернет-магазинов и мобильных приложений приводит к усилению роли маркетинга в электронной коммерции, включая оптимизацию сайтов, улучшение пользовательского опыта и повышение конверсии.



- Маркетинг в области устойчивого развития: потребители всё больше обращают внимание на экологические и социальные аспекты продукции, поэтому компании активно внедряют принципы устойчивого развития в свои маркетинговые стратегии.
- Маркетинг в области здоровья и благополучия: люди становятся всё более внимательными к своему здоровью, поэтому компании предлагают продукты и услуги, связанные со здоровым образом жизни и поддержанием благополучия.
- Маркетинг в области искусственного интеллекта и машинного обучения: технологии искусственного интеллекта и машинного обучения позволят автоматизировать многие процессы в маркетинге, такие как анализ данных, создание персонализированных предложений и оптимизация рекламных кампаний.

Таким образом, развитие маркетинговых тенденций предполагает использование виртуальной реальности, интернета вещей и блокчейн-технологий. Виртуальная реальность позволяет создавать уникальные и увлекательные рекламные кампании, а интернет вещей и блокчейн обеспечивают безопасность и прозрачность транзакций.

Кроме того, развитие маркетинговых тенденций будет способствовать формированию культуры сотрудничества и партнёрства между компаниями. Компании будут объединять усилия для разработки совместных продуктов и услуг, а также для обмена опытом и знаниями в области маркетинга.

Развитие маркетинговых тенденций также подразумевает использование искусственного интеллекта и машинного обучения. Эти технологии позволяют анализировать большие объёмы данных, прогнозировать поведение потребителей и создавать персонализированные предложения.

В результате развития маркетинговых тенденций компании смогут лучше понимать потребности своих клиентов, предлагать им более релевантные товары и услуги, а также повышать уровень удовлетворённости клиентов. Это, в свою очередь, приведёт к росту конкурентоспособности компаний на рынке и увеличению прибыли.

### Библиографический список

1. Володько В.Ф. Инновационные модели маркетинговой деятельности предприятия // Наука и техника. 2020. Т. 19. № 2.
2. Гатальская Ю.В. Интернет-торговля: правильно и безопасно. Минск, 2017.
3. Гринберг П. CRM со скоростью света: привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. СПб, 2016.
4. Ладейщикова А.А. Особенности Интернет-маркетинга в России. // Science Time. 2014. № 2.
5. Миронова С. Трансформация маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2020. № 1.
6. Третьякова К.С., Беляева О.В. Электронный бизнес – мировая и российская практика // Проблемы и перспективы электронного бизнеса: сборник научных статей международной научно-практической конференции. Гомель, 2017.
7. Шиманская А.В. Электронный бизнес в эпоху цифровизации экономики / Проблемы и перспективы электронного бизнеса: сборник научных статей международной научно-практической конференции. Гомель, 2017.
8. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции: учебное пособие. М., 2016.

## АГРАРНЫЙ РЫНОК

УДК 33

Имескенова Э.Н., Поздняков Н.Н. Методы поиска рыночных ниш

Methods for finding market niches

**Имескенова Эвелина Николаевна,  
Поздняков Никита Николаевич**

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия  
имени В.Р. Филиппова, Улан-Удэ, Россия  
Imeskenova Evelina Nikolaevna,  
Pozdnyakov Nikita Nikolaevich  
Buryat State Agricultural Academy named after V.R. Filippova, Ulan-Ude, Russia

***Аннотация.** Актуальность проблемы поиска и освоения рыночных ниш обусловлена тем, что они позволяют компаниям дифференцироваться от конкурентов, снизить риски и увеличить свою конкурентоспособность. В статье рассматриваются способы определения и поиска оптимальной рыночной ниши*

***Ключевые слова.** Рыночная ниша, сегментация, уникальное торговое предложение.*

***Abstract.** The urgency of the problem of finding and developing market niches is due to the fact that they allow companies to differentiate from competitors, reduce risks and increase their competitiveness. The article discusses ways to identify and search for an optimal market niche*

***Keywords.** Market niche, segmentation, unique trading offer.*

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.  
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

В современном мире, где конкуренция становится всё более жёсткой, а рынки постоянно меняются, организациям необходимо искать новые способы привлечения и удержания клиентов. Один из таких способов — поиск и освоение рыночных ниш, то есть сегментов рынка, свободных от интенсивной конкуренции и предоставляющих возможности для получения высокой нормы прибыли.

Маркетинговая деятельность играет ключевую роль в развитии современных предприятий и организаций, она направлена на изучение потребностей рынка, разработку стратегий продвижения товаров и услуг, а также на поиск оптимальных рыночных ниш.

Актуальность проблемы поиска и освоения рыночных ниш обусловлена тем, что они позволяют компаниям дифференцироваться от конкурентов, снизить риски и увеличить

свою конкурентоспособность. Однако на практике руководители и менеджеры часто сталкиваются с трудностями в поиске привлекательных рыночных ниш, что обуславливает необходимость формирования и научного обоснования технологий поиска и освоения рыночных ниш.

Рыночные ниши — это небольшие сегменты рынка, характеризующиеся высокой востребованностью продукции и низким уровнем конкуренции. Они отличаются стабильностью, ограниченной ёмкостью рынка и специфическими запросами потребителей.

Особенности рыночных ниш:

- Стабильность и небольшая ёмкость рынка;
- Слабая конкуренция или её отсутствие;
- Конкретные запросы потребителей.

Виды рыночных ниш:

1. Целевой маркетинг — небольшие участки рынка, не выгодные для крупных холдингов, занимаемые стартапами для небольшого потока покупателей;
2. Особые рыночные обстоятельства — формирование ниши в определённой ситуации, приводящей к появлению уникальных запросов потребителей;
3. Горизонтальный маркетинг — расширение ассортимента для конкретного целевого сегмента;
4. Вертикальный маркетинг — предложение продукции в сочетании с другими товарами, пользующимися устойчивым спросом;
5. Кустовой или пучковый маркетинг — работа с постоянными клиентами, желающими получать товары и услуги в одном месте.

Преимущества нишевого бизнеса:

- Слабая конкуренция;
- Небольшой бюджет на рекламу;
- Лояльные клиенты;
- Концентрация на одной отрасли.

Требования к выбору ниши:

1. Уникальность;
2. Клиентоориентированность;
3. Преимущества перед конкурентами.

Методы поиска рыночных ниш включают:

- Изучение целевой аудитории: определение потребностей и предпочтений вашей целевой аудитории для создания востребованного продукта или услуги.

### 13

- SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон вашего бизнеса, возможностей и угроз на рынке для определения потенциальных ниш.
- Анализ конкурентов: изучение деятельности конкурентов, их преимуществ и недостатков для выявления свободных ниш или возможностей для дифференциации вашего продукта.
- Изучение законодательных ограничений: уверенность в том, что ваша деятельность соответствует законодательству и требованиям для работы на выбранном рынке.
- Тестирование спроса: проведение пилотных активных продаж и создание простого лендинга или проведение рекламной кампании онлайн для проверки реакции рынка на ваш продукт или услугу.

Методы поиска рыночных ниш включают:

1. Изучение целевой аудитории: определение потребностей и предпочтений целевой аудитории для создания востребованного продукта или услуги.
2. SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон бизнеса, возможностей и угроз на рынке для определения потенциальных ниш.
3. Анализ конкурентов: изучение деятельности конкурентов, их преимуществ и недостатков для выявления свободных ниш или возможностей для дифференциации продукта.
4. Изучение законодательных ограничений: проверка соответствия деятельности законодательству и требованиям для работы на выбранном рынке.
5. Тестирование спроса: проведение пилотных активных продаж, создание простого лендинга или рекламной кампании для проверки реакции рынка на продукт или услугу.

Основные ошибки при выборе ниши:

- Идти в нишу вслепую без знания продукта или сферы;
- Не проводить маркетинговые исследования, необходимые для определения ёмкости рынка, целевой аудитории и конкурентов.

Для успешного поиска рыночной ниши важно использовать различные методы и подходы. Дополнительные методы включают:

1. Анализ трендов и инноваций: отслеживание новых тенденций и технологий, влияющих на отрасль, и определение возможностей для создания новых продуктов или услуг.

## 14

2. Сотрудничество с партнёрами: объединение усилий с другими компаниями или организациями для расширения целевой аудитории и предложения новых решений.
3. Локализация: фокусировка на определённых регионах или странах, где продукция или услуги могут быть более востребованными и конкурентоспособными.
4. Расширение ассортимента: добавление новых продуктов или услуг в существующий ассортимент для удовлетворения различных потребностей клиентов и увеличения прибыли.
5. Инновационный маркетинг: использование нестандартных подходов и креативных идей для привлечения внимания к продукту или услуге и формирования лояльности клиентов.
6. Обратная связь: регулярное общение с клиентами и пользователями для получения информации об их потребностях, проблемах и возможных улучшениях продукта или услуги.
7. Анализ конкурентов: изучение действий и стратегий конкурентов для выявления их слабых мест и возможностей для дифференциации предложения.
8. Сегментация рынка: разделение целевой аудитории на группы с общими характеристиками и потребностями для создания более персонализированных продуктов или услуг.
9. Фокус на качестве: сосредоточение на предоставлении высококачественных товаров или услуг для выделения среди конкурентов и завоевания доверия клиентов.
10. Гибкость и адаптация: готовность к изменениям на рынке и адаптация к новым условиям для сохранения конкурентоспособности и прибыльности.

Таким образом, состояние и тенденции развития маркетинговой среды требуют от компаний постоянного обновления стратегий и подходов к определению рыночных ниш. Применение разнообразных методов и инструментов позволит предприятиям успешно адаптироваться к изменчивости рыночных условий и достичь успеха в своей деятельности.

Определение рыночных ниш также способствует формированию уникального торгового предложения (УТП), которое будет отличать компанию от конкурентов и привлекать внимание потенциальных клиентов. УТП должно быть полезным для клиентов и подчёркивать преимущества товара или услуги перед аналогами на рынке.

Кроме того, определение рыночных ниш помогает компаниям разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии, ориентированные на конкретный сегмент рынка. Маркетинговые стратегии должны учитывать особенности выбранной ниши, предпочтения и потребности целевой аудитории.

В целом, определение рыночных ниш является ключевым элементом успешной маркетинговой стратегии компании. Оно позволяет компаниям выделиться на рынке, привлечь новых клиентов и увеличить свою прибыль.

В заключении можно сказать, что поиск и освоение рыночных ниш являются важными стратегиями для современных компаний, способствующими их дифференциации от конкурентов, снижению рисков и повышению конкурентоспособности. Рыночные ниши представляют собой узкие сегменты рынка со специфическими потребностями потребителей, высоким спросом на продукцию и низкой конкуренцией. Выбор подходящей ниши требует тщательного анализа и учёта различных факторов, таких как уникальность, ориентация на клиента и преимущества перед конкурентами.

#### Библиографический список

1. Мамонтов С.А., Пинко В.А. "Рыночная ниша как сегмент и потенциальный рынок: маркетинговый теоретический аспект" Вестник Омского университета. Серия «Экономика», no. 1, 2016, pp. 137-145.
2. Клебанов А.И., Токарев Б.Е. О понятии рыночная ниша // Маркетинг. № 2. 2010.
3. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш // Маркетинг, Спец. вып. №3, 2010 – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2010.
4. Рынок nano: от нанотехнологий – к нанопродуктам / Г.Л. Азоев [и др.]; под ред. Г. Л. Азоева. – М. : БИНОМ : Лаборатория знаний, 2011.
5. Токарев Б.Е., Карасев О.Н. Дорожная карта использования нанотехнологий в РКП : доклад на ежегодном семинаре Федерального космического агентства «Развитие и внедрение нанотехнологий как инструмент инновационного развития предприятий ракетно-космической промышленности». – М., 2010.
6. Токарев Б.Е. "Методика выбора рыночных ниш" Практический маркетинг, no. 9, 2011, pp. 13-19.

## ХРАНЕНИЕ И ПЕРЕРАБОТКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

УДК 631.1

Эйриян Н.А. Экономика хранения и переработки  
сельскохозяйственной продукции

Economics of storage and processing of agricultural products

**Эйриян Николай Арменакович**

Кандидат экономических наук

Доцент кафедры пищевой инженерии

Уральский государственный экономический университет, Институт менеджмента,  
предпринимательства и инжиниринга

Eiryán Nikolay Armenakovich

Candidate of Economic Sciences

Associate Professor, Department of Food Engineering

Ural State Economic University, Institute of Management, Entrepreneurship and Engineering

***Аннотация.** Эта статья затрагивает основные экономические стороны организации хранения и переработки сельскохозяйственной продукции, рассматривает экономические факторы, эффективность технологии хранения и переработки продукции. Экономика переработки сельскохозяйственной продукции имеет свои особенности, которые определяются спецификой отрасли и ее взаимосвязями с другими секторами экономики. Это ограниченный срок хранения и подверженность быстрой порче, сезонный характер производства, изменчивость рыночных условий, развитие современных технологий и инноваций, качество продукции, эффективная логистика, государственная поддержка, путем установливания стандартов качества, субсидирования, предоставления льгот, создания инфраструктуры, минимизирующей воздействие на окружающую среду. В данной статье рассматривается экономика сельскохозяйственного предприятия с целью выявления ключевых факторов, влияющих на его экономическую эффективность и устойчивое развитие.*

***Ключевые слова:** экономика, производство, хранение, продукция, сельское хозяйство, факторы, анализ.*

***Abstract.** This article touches on the main economic aspects of organizing the storage and processing of agricultural products. Considers economic factors, efficiency of storage and processing technology.*

***Keywords:** economics, production, storage, products, agriculture, factors, analysis.*

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.  
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»



**Цель:** данной статьи заключается в рассмотрении различных факторов хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.

Для достижения поставленной цели, в статье будут рассмотрены следующие **задачи:**

1. Выявить значение и роль хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.
2. Изучить экономические факторы, влияющие на выбор технологии и оборудования для хранения и переработки.
3. Изучить экономическую эффективность методов хранения (холодильное, складское и т.д.)
4. Разберем особенности экономики переработки сельхозпродукции.
5. Рассмотрим государственную политику и меры поддержки в сфере хранения и переработки аграрной продукции.
6. Узнать перспективы развития данной отрасли с учетом научно-технического прогресса и изменений в потребительском спросе.

В экономике страны на сегодняшний день отрасль сельского хозяйства (овощеводство, плодоводство) имеет важную роль. Она снабжает население продуктами питания, а перерабатывающую промышленность сырьем.

В рационе питания человека и животного играют огромную роль овощи и картофель.

Важным аспектом питания для человека является регулярное употребление овощей и фруктов, они содержат важные и полезные питательные вещества, витамины, а также некоторые белковые вещества. Причем не только углеводы и белки, но и ароматические и вкусовые вещества, способствующие их усвоению. Овощи и фрукты богаты минералами, такими как калийные соли (которые снижают способность тканей удерживать воду). Кроме того, в них много клетчатки (октябрь играет важную роль в пищеварении). Для этого вам необходимо включить их в свой ежедневный рацион.

Важной задачей является обеспечение населения овощами и фруктами круглый год. Но в то же время потребление этих продуктов растет с каждым годом. Но свежих овощей из открытого грунта хватает всего на четыре-шесть месяцев в году. В оставшееся время он используется из защищенной почвы или хранилищ и перерабатывается в различные продукты. [1]

В сезон сельскохозяйственного производства возникают вопросы и задачи хранения продукции, для дальнейшего использования весь год.

Продукция сельскохозяйственной отрасли относится к скоропортящейся категории, которой нужно обеспечить население круглый год. Организация хранения и переработки овощей, фруктов и плодов является важной государственной задачей. Т.к. поступление овощей и плодов возможно лишь в условиях ее длительного хранения в свежем виде, а также при ее консервировании.

При соблюдении научной технологии хранения зависит сохранность продукции. Но также при не соблюдении можно потерять урожай. В России каждый год теряется около 30% продукции.

Для хранения и переработки разработан специальный технологический процесс.

Фрутоовощные базы осуществляют заготовку, переработку и хранение продукции. А также они обеспечивают население этой продукцией в крупных городах. Также в разных областях созданы производители и переработчики, которые до момента реализации или переработки сохраняют продукцию в свежем виде. Вся эта технология направлена на снижение потерь продукции при перевозке.

Для того, чтобы не было потерь продукции нужно понимать суть процессов, происходящих внутри плодов, клубней, зёрен и т.д.

Существует несколько технологий для хранения и переработки:

1. Биоз. Продукция хранится без подавления в них естественных процессов. Но это способ не подходит для длительного хранения.
2. Анабиоз. Искусственно замедляют или останавливают естественные процессы путём заморозки, обезвоживания, закаливания и т.д.
3. Ценоанабиоз. Микроорганизмы обеспечивают сохранность продукции.
4. Абиоз. Хранится в "неживом" состоянии. Продукция обрабатывается высокой температурой или химическими веществами. [1]

Сама продукция может храниться по-разному:

Одна продукция может длительный срок храниться в естественном состоянии, а что-то портится быстрее, если вовремя и тщательно не переработать.

Различное предназначение самих продуктов:

Те что идут в пищу в необработанном виде и те что нужно перерабатывать прежде, чем употреблять.

Хранение и переработка зерна

Технология хранения и переработки зерна.

Для того, чтобы зерна и семена оказались в устойчивом состоянии при хранении используют сушку. То есть методом обезвоживания (анабиоз). Из зерна нужно удалить

избыточную влагу и тогда оно хорошо сохранится на неопределённый срок. Без влаги зерно не прорастает и на нём не возникает плесень. [2]

Существует шесть разных способов сушки:

1. Конвективный метод:

С помощью нагретого воздуха, он движется через склад и удаляет из зерна влагу.

2. Излучение:

Происходит нагревание с помощью инфракрасных или солнечных лучей.

3. Сорбционный способ:

Влагопоглощающий материал (силикагель, опилки и т.д.) вытягивает лишнюю воду при смешивании с зерном.

4. Электрический способ:

При помощи тока высокой частоты, который нагревает зерно и испаряет воду.

5. Сублимация:

С помощью вакуума

6. Кондуктивный способ:

Передача тепла через нагретую поверхность.

В основном в России используют конвективную и контактную технологию сушки.

Хранение и переработка плодов и овощей:

При переработке продукции из овощей, фруктов и ягод используют не только сушку, но и множество других способов. В плодах содержится значительно больше влаги, чем в зёрнах, при удалении влаги из плодов и овощей, теряется часть их вкусовых и ароматических веществ. [2]

Способы переработки:

1. Консервирование

Овощи и фрукты помещают в герметическую тару. Предварительно стерилизуют при высоких температурах, в результате гибнут все микроорганизмы. Срок хранения неограничен.

2. Квашение, соление (ценоанабиоз):

При помощи полезных бактерий консервируют. Молочная кислота вырабатывается микроорганизмами в результате чего подавляется развитие вредной микрофлоры. Хранится такая продукция месяцами.

3. Сульфитация

При помощи сернистого газа, полностью умирают микроорганизмы. Для производства полуфабрикатов для консервной продукции.

4. Заморозка

При температуре от  $-10^{\circ}\text{C}$  до  $-50^{\circ}\text{C}$  продукты хранятся долгие месяцы и года, не теряя своих питательных, вкусовых и ароматических свойств.

Переработка технических культур:

Производство соков и джемов, редко входит в работу сельхозпредприятий. Такая переработка входит задачи пищевой промышленности.

Так же и технические культуры не входят в обязанности сельского производства. Такая продукция как сахар (из сахарной свеклы), растительное масло (из подсолнечника) и т.д. [2]

Переработка и хранение молока играют важную роль в обеспечении стабильного предложения высококачественной молочной продукции на рынке. Современные технологии позволяют не только увеличить срок хранения молока, но и создать разнообразную продукцию, от сыра до йогуртов и молочных напитков.

Процесс хранения молока начинается с сбора и транспортировки сырья до перерабатывающего предприятия. Важно обеспечить корректные условия транспортировки, чтобы предотвратить загрязнение и сохранить свежесть молока. После прибытия на предприятие молоко проходит процесс пастеризации или ультрапастеризации для уничтожения вредных микроорганизмов. [6]

Затем молоко подвергается процессу гомогенизации, который помогает однородно распределить жир в продукте. После этого происходит процесс пастеризации, при котором молоко нагревается до определенной температуры для уничтожения бактерий. Далее молоко может подвергаться процессам кондиционирования, стандартизации и добавлению различных ингредиентов для придания определенных вкусовых и питательных качеств.

Следующим этапом является упаковка молочной продукции. Современные технологии позволяют использовать различные виды упаковки, включая пластиковые бутылки, картонные упаковки, пакеты и т.д. Качественная упаковка играет важную роль в сохранении свежести и безопасности продукции.

Хранение молочной продукции также имеет свои особенности. Оптимальные условия хранения могут варьироваться в зависимости от вида продукции, но часто требуют контролируемой температуры и влажности. Необходимо также обеспечить правильное размещение продукции на складе, учитывая срок годности и требования к складской технике.

Важным аспектом переработки и хранения молока является соблюдение стандартов качества и безопасности пищевых продуктов. Предприятия, занимающиеся

переработкой молока, должны строго соблюдать санитарные нормы и правила гигиены, чтобы предотвратить загрязнение и сохранить качество продукции.

Кроме того, разработка новых методов переработки и улучшение технологических процессов играют важную роль в развитии отрасли. Инновационные подходы позволяют создавать новые виды молочной продукции, повышать эффективность производства и улучшать качество конечного продукта.

Таким образом, переработка и хранение молока представляют собой сложный процесс, требующий внимания к деталям, соблюдения стандартов качества и безопасности, а также использования современных технологий. Развитие отрасли и удовлетворение потребностей рынка требует постоянного совершенствования процессов и внедрения инноваций, что поможет создать конкурентоспособную продукцию и укрепить позиции отрасли на рынке. [6]

Хранение и переработка мяса играют важную роль в продовольственной промышленности. Процессы хранения и переработки мяса направлены на обеспечение безопасности и качества продукции для потребителей. Позвольте мне поделиться информацией об этом. [6]

Хранение мяса является критическим этапом после его приобретения или производства. Для поддержания безопасности и качества мяса важно соблюдать определенные условия хранения, такие как температура, влажность и срок годности. Мясо нужно хранить при низких температурах (обычно от 0 до 4 градусов Цельсия для свежего мяса и от -18 до -20 градусов Цельсия для замороженного), чтобы предотвратить размножение бактерий и уменьшить риск порчи.

Переработка мяса включает в себя различные методы, такие как разделка, маринование, вяление, копчение, варка, жарка и сушка. Одним из основных методов переработки является копчение, который не только улучшает вкус и аромат мяса, но и помогает увеличить срок его хранения. Процесс копчения включает обработку мяса дымом от древесины, что придает ему характерный вкус и убивает микроорганизмы.

Мясо также можно перерабатывать путем приготовления колбасных изделий, консервирования или вяления. Колбасные изделия производятся путем измельчения мяса, добавления специй и других ингредиентов, наполнения смеси в оболочку и последующего термического обработки. Консервирование мяса позволяет сохранить его в течение длительного времени путем замораживания или упаковки в консервы с последующей термической обработкой.

Важно помнить о соблюдении стандартов гигиены и безопасности при переработке мяса, чтобы предотвратить загрязнение продукции и защитить здоровье потребителей. Работники, занимающиеся переработкой мяса, должны соблюдать правила личной гигиены, использовать защитную одежду и оборудование, а также следить за состоянием помещений и оборудования.

Технологии переработки мяса постоянно совершенствуются для повышения производительности, качества и безопасности продукции. Например, в современных предприятиях могут применяться автоматизированные системы управления производством, специализированное оборудование для разделки и упаковки мяса, а также методы контроля качества продукции. [6]

В целом, хранение и переработка мяса играют важную роль в обеспечении потребностей людей в питательной и вкусной пище. Соблюдение правил гигиены, технологических процессов и стандартов качества помогает обеспечить безопасность и удовлетворение потребностей потребителей.

Экономическая оценка методов хранения [5]

Холодильное хранение:

Плюсы:

- срок хранения скоропортящихся продуктов значительно больше
- сохраняется качество и энергетическая ценность
- снижает потери от порчи

Недостатки:

- нехватка места
- значительные расходы энергопотребления
- не подходит для всех продуктов

Складское хранение:

Плюсы:

- большая вместимость
- низкие эксплуатационные расходы
- подходит для нескоропортящихся продуктов

Недостатки:

- не обеспечивает контроль температуры
- короткий срок хранения для некоторых продуктов
- риск повреждения от вредителей и грызунов

Другие методы хранения: [5]

1) Заморозка

Удлиняет срок хранения, сохраняет качество продукта, но требует высоких эксплуатационных расходов

2) Консервирование

Длительный срок хранения, низкие эксплуатационные расходы, но в больших случаях меняется вкус и питательная ценность

3) Вакуумная упаковка

Удаляет кислород, замедляя порчу, подходит не для всех продуктов

Экономическая эффективность конкретного метода хранения зависит от следующих факторов:

- тип хранимого продукта
- требуемый срок
- объем хранимого продукта
- доступные ресурсы и бюджет
- местные климатические условия

Для наиболее эффективного метода хранения необходимо провести анализ затрат и выгод, учитывая все факторы.

Экономика переработки сельскохозяйственной продукции имеет свои особенности, которые определяются спецификой отрасли и ее взаимосвязями с другими секторами экономики. Вот некоторые из основных особенностей этой экономики: [5]

1. Специфика сырья: сельскохозяйственная продукция часто имеет ограниченный срок хранения и подвержена быстрой порче. Поэтому процесс переработки должен быть организован эффективно и быстро, чтобы минимизировать потери.

2. Сезонность производства: многие виды сельскохозяйственной продукции имеют сезонный характер, что создает необходимость в установлении гибкой производственной линии, способной работать в зависимости от сезонных колебаний предложения.

3. Зависимость от рынка: переработка сельскохозяйственной продукции напрямую зависит от изменчивости рыночных условий, включая цены на сырье, спрос на готовую продукцию и конкуренцию со стороны других производителей.

4. Инновации и технологии: развитие современных технологий и инноваций играет важную роль в совершенствовании процессов переработки



сельскохозяйственной продукции и повышении конкурентоспособности предприятий этой отрасли.

5. Важность качества: в условиях рыночной конкуренции качество переработанной сельскохозяйственной продукции становится ключевым фактором успеха. Потребители все более обращают внимание на происхождение и качество продукции, поэтому предприятиям переработки необходимо стремиться к высоким стандартам качества.

6. Логистика и транспортировка: эффективная логистика и транспортировка играют решающую роль в успешной деятельности предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции. Необходимо учитывать особенности транспортировки сырья и готовой продукции, а также обеспечить своевременную поставку продукции на рынок.

7. Государственное регулирование: в ряде стран правительство играет активную роль в регулировании отрасли переработки сельскохозяйственной продукции, устанавливая стандарты качества, субсидии, льготы и другие меры поддержки для предприятий этой сферы.

8. Устойчивое развитие: с учетом влияния сельского хозяйства на окружающую среду, важно осуществлять переработку продукции с учетом принципов устойчивого развития, минимизируя воздействие на окружающую среду и рационально используя природные ресурсы.

Эти особенности экономики переработки сельскохозяйственной продукции требуют от предприятий этой отрасли гибкости, инноваций, высокого качества и эффективного управления, для успешной деятельности и конкурентоспособности на рынке. [5]

Государственная политика и меры поддержки в сфере хранения и переработки аграрной продукции играют важную роль в развитии сельского хозяйства. Они направлены на обеспечение продовольственной безопасности страны, увеличение прибыльности аграрных предприятий и создание новых рабочих мест. [4]

Одной из основных задач государственной политики в этой области является создание условий для эффективного хранения сельскохозяйственной продукции, чтобы предотвратить потери и сохранить качество товаров. Для этого правительство может предоставлять субсидии на строительство современных хранилищ и складов, а также содействовать реализации инновационных технологий в этой сфере.



Еще одной важной мерой поддержки является стимулирование переработки аграрной продукции. Поскольку переработка прибавляет стоимость сельскохозяйственным продуктам и способствует созданию рабочих мест в сельской местности, она становится ключевым элементом развития отрасли. Государство может субсидировать производство и модернизацию перерабатывающих предприятий, а также оказывать финансовую поддержку в форме льготных кредитов или налоговых льгот.

Важно также содействовать созданию инфраструктуры для перевозки сельскохозяйственной продукции от производителей до потребителей. Развитие транспортной сети и логистики позволит улучшить доступ к рынкам сбыта, снизить транспортные издержки и повысить конкурентоспособность аграрного сектора в целом.

Кроме того, важным элементом поддержки может быть обучение сельскохозяйственных производителей и предпринимателей современным методам хранения и переработки продукции. Проведение курсов, семинаров и консультаций по вопросам технологий хранения и переработки позволит улучшить качество продукции, повысить ее конкурентоспособность на рынке и расширить возможности для роста сельскохозяйственного бизнеса.

Таким образом, государственная политика и меры поддержки в сфере хранения и переработки аграрной продукции имеют стратегическое значение для сельского хозяйства. Они способствуют устойчивому развитию отрасли, повышению ее эффективности и конкурентоспособности, а также обеспечивают продовольственную безопасность страны и улучшение жизни сельских жителей. [5]

Развитие сферы хранения и переработки аграрной продукции обещает быть перспективным, особенно с учетом научно-технического прогресса и изменений в потребительском спросе. Современные технологии, автоматизированные системы и инновационные подходы могут значительно повысить эффективность процессов хранения и переработки, улучшить качество продукции, снизить издержки и создать новые возможности для развития отрасли.

Одним из ключевых направлений развития является внедрение цифровых технологий в процессы хранения и переработки аграрной продукции. Использование систем управления данными, мониторинга условий хранения, автоматизированных складских технологий позволит существенно сократить потери продукции, оптимизировать запасы и повысить оперативность поставок.

Также стоит обратить внимание на развитие инновационных методов переработки сырья. Например, установка современного оборудования для переработки молока, мяса, овощей и фруктов может значительно увеличить выход готовой продукции, сделать ее более конкурентоспособной и разнообразной, что соответствует современным требованиям потребителей. [3]

Одним из трендов в потребительском спросе является растущий интерес к здоровому и экологически чистому продукту. В связи с этим, переработка аграрной продукции без добавления вредных веществ, использование натуральных компонентов и органических методов переработки становится все более востребованным. Производители, следуя этому тренду, могут увеличить спрос на свою продукцию и завоевать новые рынки.

Кроме того, изменения в потребительском спросе также определяют необходимость развития новых видов продукции и подходов к ее представлению. Например, увеличение спроса на упакованные, готовые к употреблению или экзотические продукты требует разработки специализированной линии по их переработке и упаковке, что открывает новые возможности для развития отрасли.

Таким образом, перспективы развития сферы хранения и переработки аграрной продукции являются обнадеживающими, особенно с учетом научно-технического прогресса и изменений в потребительском спросе. Внедрение инновационных технологий, развитие новых видов продукции и учет потребностей потребителей позволят сделать отрасль более эффективной, конкурентоспособной и способствовать ее устойчивому развитию.

В заключении можно отметить, что экономика хранения и переработки сельскохозяйственной продукции играет ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности, устойчивого развития сельского хозяйства и удовлетворении потребностей рынка. Современные технологии, цифровизация процессов и инновационные подходы открывают новые возможности для улучшения эффективности производства, снижения потерь и создания качественной продукции.

Необходимость адаптации к изменяющимся рыночным требованиям и потребностям потребителей требует от производителей сельскохозяйственной продукции инвестиций в развитие сферы хранения и переработки, улучшение производственных процессов и внедрение инновационных технологий. Развитие экологически чистой переработки, производства органических продуктов и создание конкурентоспособной продукции поможет укрепить позиции отрасли на рынке.

Важно также учитывать социальные и экологические аспекты развития сектора хранения и переработки сельскохозяйственной продукции, стремясь к устойчивому и ответственному бизнесу. Развитие отрасли с учетом принципов экономической эффективности, социальной ответственности и экологической устойчивости способствует созданию благоприятной среды для производства и потребления качественной продукции.

Таким образом, дальнейшее развитие экономики хранения и переработки сельскохозяйственной продукции требует комплексного подхода, инновационных решений и учета потребностей рынка и потребителей. Современные технологии и методы производства предоставляют отличные возможности для повышения эффективности и конкурентоспособности отрасли, что, в свою очередь, способствует развитию сельского хозяйства, обеспечению продуктов питания высокого качества и укреплению позиций на мировом рынке.

Электронный ресурс удалённого доступа. Информационные системы, банки данных в области охраны окружающей среды и природопользования / Комитет по охране окружающей среды и природных ресурсов Ростовской области. — Режим доступа: <http://www.doncomeco.ru/about/>

#### Библиографический список

1. Электронный ресурс удалённого доступа. Значение хранения и переработки плодов, овощей и картофеля в народном хозяйстве. Режим доступа: [https://studbooks.net/1130565/agropromyshlennost/znachenie\\_hraneniya\\_pererabotki\\_plodov\\_ovoschey\\_kartofelya\\_narodnom\\_hozyaystve](https://studbooks.net/1130565/agropromyshlennost/znachenie_hraneniya_pererabotki_plodov_ovoschey_kartofelya_narodnom_hozyaystve)
2. Электронный ресурс удалённого доступа. Анализ переработки сельскохозяйственной продукции в России и законодательное обеспечение развития отрасли. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pererabotki-selskohozyaystvennoy-produktsii-v-rossii-i-zakonodatelnoe-obespechenie-razvitiya-otrasli/viewer>
3. Электронный ресурс удалённого доступа. Особенности поведения современных потребителей и их роль в электронной. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-povedeniya-sovremennyh-potrebiteley-i-ih-rol-v-elektronnoy-torgovle>
4. Электронный ресурс удалённого доступа. Основные направления государственной поддержки в сфере развития сельского хозяйства. Режим доступа:

[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64930/fd04b06344182c9a0a39368a4a6f35558f145142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64930/fd04b06344182c9a0a39368a4a6f35558f145142/)

5. Электронный ресурс удалённого доступа. Технология хранения и переработки продукции растениеводства. Режим доступа: <https://xn----7sboitcsbildbu6ae5i.turbopages.org/xn--80ajgpcpbhkds4a4g.xn--p1ai/s/articles/tehnologiya-hraneniya-i-pererabotki-pr/>

6. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК / И.А. Минаков. - Издательство "Лань", 2020. - 2-е изд., с. 404.

29

Электронное научное издание

# АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА

## НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

### № 4/2024

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте [mail@scipro.ru](mailto:mail@scipro.ru)

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2412-2521

Усл. печ. л. 4,2

Объем издания 5,7 МВ

Издание: Международный научно-практический электронный журнал Агропродовольственная экономика  
(Agro production and economics journal)

Учредитель, главный редактор: Краснова Н.А.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний Новгород, ул. Ломоносова 9, офис 309, Тел.: +79625087402  
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором) за номером ЭЛ № ФС 77 — 67047