*а*гро... и *и*нтернет

*о*собенности развития электронной торговли сельскохозяйственной продукцией

Аннотация

В статье рассматриваются формы электронной торговли сельскохозяйственной продукцией, дается оценка перспектив их развития в России. Приведены расчеты издержек на создание электронных форм торговли. Показаны количественные данные по оптовому и розничному рынку сельскохозяйственной продукции в российской сети Интернет.

Ключевые слова: агромаркетинг, электронная торговля, сельское хозяйство, сбыт сельскохозяйственной продукции

Самохин А.А.
аспирант экономического факультета, Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова
alrsam@rambler.ru

Несмотря на некоторое улучшение ситуации в российском сельском предпринимательстве в последнее время, сельскохозяйственные производители еще мало используют эффективные инструменты современной рыночной экономики. Это связано, с одной стороны, с уникальностью аграрной деятельности, которой свойственна некоторая консервативность и инерционность, а с другой, – со сниженной мотивацией рыночной активности, и прежде всего по продаже собственной продукции.

Рыночные каналы реализации

С переходом к рыночной системе хозяйствования и сокращением государственных закупок сельскохозяйственной продукции стали появляться и развиваться новые рыночные каналы реализации, в частности, электронная торговля.

Одной из первых форм применения электронной торговли является биржевая торговля. Как известно, биржа является юридическим лицом, обеспечивающим регулярное функционирование организованного рынка товаров, валют, ценных

бумаг и других производных финансовых инструментов. В докомпьютерный период о сделках стороны договаривались большей частью устно. Эффективность торгов на бирже для сельскохозяйственного товаропроизводителя предопределяется высоким общим рыночным спросом на сельскохозяйственную продукцию. Биржевая торговля позволяет значительно сократить время на продажу или покупку крупных партий сельхозпродукции, поэтому она актуальна в основном для крупных поставщиков сельхозпродукции.

Как известно, Чикагская товарная биржа (англ. *Chicago Mercantile Exchange* – CME) является одной из крупнейших и наиболее диверсифицированной товарно-сырьевой биржей мира. Сейчас объём торгов на CME составляет до 525 млн. контрактов в год, где весомую долю занимают сельскохозяйственные контракты. В частности, к одним из наиболее значимых инструментов на CME относятся товарные фьючерсы на свинину, крупный рогатый скот, зерно и некоторые другие сельскохозяйственные товары. Любой фермер еще до сбора урожая может через Интернет заключить фьючерсный или опционный контракт по продаже будущего товара. Для этого ему необходимо найти на сайте биржи покупателя и «заложить» какие-либо активы в счет выполняемых обязательств по поставке товаров в установленные сроки. В наше время, благодаря Интернету становится возможным участвовать в торгах сельскохозяйственной продукцией на бирже независимо от расстояния местоположений. Но, к сожалению, пока в России этот вид торговли развит крайне плохо.

Интернет-сайты для сельских хозяйств

Для мелких сельскохозяйственных товаропроизводителей более предпочтительны другие формы электронной торговли. Прежде всего, это интернет-сайты. Если раньше небольшие сельхозпроизводители осуществляли поиск покупателей экспериментальным путем или путем публикации дорогостоящих, но малоэффективных объявлений в СМИ, то сейчас они могут создавать собственные сайты, на которых содержится вся необходимая

любой фермер еще до сбора урожая может через Интернет заключить фьючерсный или опционный контракт по продаже будущего товара

информация для потенциальных потребителей об интересующем его товаре.

Эффективность работы такого сайта предопределяется следующими характеристиками:

- легкость в использовании,
- персонализация,
- удачное содержание,
- отточенная технология процесса ведения и оформления сделки,
- удобная система общения и взаимодействия с потребителем.

Сайт должен быть информативным и удобным для клиентов. Сайт должен предоставлять разнообразные возможности поиска, позволяя посетителям быстрее найти именно те виды продукции, которые им необходимы. В некоторых интернет-магазинах покупателям дается подробная информация о каждом этапе процесса доставки продукции и сопроводительных документах.

По нашим исследованиям в категории сайтов с использованием перспективных технологий, можно проследить следующие тенденции (анализировались все российские интернет-магазины, в том числе и несколько магазинов по продаже сельскохозяйственной продукции): около 70% компаний предлагают потребителям производить покупки по всему сайту или на отдельных его страницах минимум на двух языках; около 70% продавцов техники предлагают дополнительные услуги по установке и наладке товара, гарантийное обслуживание; более 50% – используют видео для рекламирования своих товаров и расширения возможностей пользователей; около 50% – позволяют покупателям проводить ценовые сравнения в оперативном режиме; около 50% – используют различные инструменты для повышения наглядности товаров.

для покупателей товара выгода использования электронной торговли состоит не только в более удобном получении информации о продуктах: здесь есть выигрыш и в экономии транзакционных издержек

Рассмотрим несколько сайтов предприятий, предлагающих сельскохозяйственную продукцию (ООО АПК «Урянхай» и «Моссельпром»). Здесь имеется информация о составе продукта, об упаковке, о размере «порции» (весе упаковки), информация о пищевой и энергетической ценности продукта, описаны условия и возможная продолжительность хранения продукта. На сайте размещены фотографии товаров. Для иностран-

агро... и интернет

ных покупателей предлагается версия сайта на английском языке.

Для покупателей товара выгода использования электронной торговли состоит не только в более удобном получении информации о продуктах. Здесь есть выигрыш и в экономии транзакционных издержек. Когда принимается решение приобрести продукцию компании, нет необходимости созваниваться с отделом продаж поставщика или проводить встречу. Достаточно заполнить на сайте имеющуюся форму. Если необходимо изменить какие-то условия сделки, то можно связаться с контактными лицами, формы связи с которыми также размещены на сайте. При этом нет необходимости в личном контакте с этими людьми, а также нет ограничений во времени связи.

электронная торговля на основе организации интернет-магазина создает дополнительные возможности снижения цен по сравнению с обычной торговлей наличным товаром

Создание и обслуживание сайта для интернет-магазина

Электронная торговля на основе организации интернет-магазина создает дополнительные возможности снижения цен по сравнению с обычной торговлей наличным товаром, так как поставка товаров осуществляется часто прямо со склада производителя, минуя торговую сеть. Издержки электронной торговли прежде всего определяются затратами по созданию и обслуживанию сайта.

Создание интернет-магазина, как правило, обходится минимум 35 000 рублей. В эту цену включаются:

- консультации и составление проектной документации для создания сайта;
- разработка навигации сайта;
- выбор дизайна из библиотеки шаблонов;
- нарезка дизайна в (html) интернет-формат;
- создание и размещение на сайте каталога продукции;
- создание необходимой системы заказов;
- наличие формы обратной связи;
- система управления содержанием сайта (контентом);
- регистрация в каталогах, рейтингах и поисковых системах;
- регистрация адреса в Интернете;
- получение доменного имени;
- предоставление хостинга на один год.

наиболее актуальной задачей в развитии электронной торговли становится повышение ее доступности для сельскохозяйственных товаропроизводителей

По нашему мнению, такого набора услуг будет достаточно для интернет-магазина, занимающегося торговлей сельскохозяйственной продукцией. Возможно, придется дополнительно доплатить за продвижение позиций сайта в рейтингах ведущих поисковых систем.

Вариация стоимости может составлять: в первый год создания сайта от 10 000 до 60 000 рублей. Преимущественно эти затраты приходятся на дизайн и разработку функциональных возможностей создаваемого интернет-портала. Во второй год обслуживание сайта может составлять от 500 рублей. Для крупных сельскохозяйственных производителей возможны дополнительные услуги: обслуживания сайта администратором в размере 10 тыс. рублей ежемесячно; виртуальный выделенный сервер – 5 тыс. рублей в месяц. В целом ежемесячные расходы на содержание сайта, в среднем, могут составить от 15 000 до 30 000 рублей (с учетом аренды оборудования и продвижения сайта в поисковых системах).

Возможны различные варианты интернет-порталов: сайт-визитка, малый интернет-магазин (с небольшим ассортиментом, преимущественно розничной продажи), универсальный интернет-магазин (с широким ассортиментом товаров), отраслевой интернет-портал (включает множество функций и услуг отраслевого характера – форумы, тендеры, прогноз конъюнктуры рынка, подписку, возможность оптовых продаж).

Для малых и средних сельскохозяйственных производителей наиболее предпочтительны сайты-визитки и малые интернет-магазины с возможностями мелкооптовых продаж.

Выгоды от интернет-торговли

Если сравнивать затраты по торговле в интернете с торговыми издержками традиционной торговли, то преимущества в издержках очевидны. Организация торговой точки обходится дороже 40 000 рублей (плата риэлтерской компании за поиск подходящего места, ежемесячная арендная плата, плата за складирование и хранение товара и др. платежи). Кроме того, необходимо оплачивать работу торгового персонала. В интернет-торговле

агро... и интернет

Таблица 1

Оптовый и розничный спрос в сети Интернет по основным видам сельскохозяйственной продукции

№	Виды сельскохозяйственной продукции	Среднее значение спроса	
		Розничный спрос, ед.\ мес.	Оптовый спрос, ед.\мес.
1	Овощи	240 000	4000
2	Фрукты	225 000	4000
3	Мясо	470 000	7000
4	в том числе: – говядина	110 000	1000
5	– свинина	150 000	1100
6	– мясо птицы	9000	300
7	Картофель	220 000	4500
8	Зерно	110 000	400

затраты за доставку взимаются с покупателя, либо предусматривается самовывоз, что выгоднее для продавца.

Спрос на сельскохозяйственную продукцию в сети Интернет постоянно растет. По нашим оценкам, ежегодный прирост составляет 20-30%. В *табл. 1* показано общее значение оптового и розничного спроса по основным видам сельскохозяйственной продукции в российской сети Интернет.

Розничный спрос пока еще относительно низкий, но все же достаточно представительный: он варьирует от 110 000 запросов по зерну до 470 000 запросов по всем видам мяса в среднем за месяц. Соответственно оптовый спрос колеблется от 400 ед. на зерно до 7 000 ед. на мясо. Этот спрос только начинает формироваться и за ним достаточно большая перспектива.

Выводы

В экономической литературе электронной торговле отводится недостаточное внимание. Практика пошла значительно дальше. Однако это касается в большей мере потребительских товаров. В меньшей мере это касается реализации сельскохозяйственной продукции.

Развитие электронной торговли снижает асимметричность информации у продавцов и покупателей,

рынки становятся более прозрачными, рыночные операции более оперативными, повышается скорость информирования. Поэтому наиболее актуальной задачей в развитии электронной торговли становится повышение ее доступности для сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Литература

1. http://news.rosagrobiz.com/apkru/
2. Википедия: свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org. – Загл. с экрана.
3. CMEgroup [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cmegroup.com. – Загл. с экрана.
4. Веб-студия Adastrum [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.adastrum.ru/. – Загл. с экрана.

КЭ

Samokhin A.A.
Postgraduate, Faculty of Economics,
Lomonosov Moscow State University

Electronic commerce of agricultural products – peculiarities of development

Abstract

This article presents the forms of electronic commerce of agricultural products and forecasts their development in Russia. It gives the expenses reckoning for creation of electronic commerce forms and quantitative data on wholesale and retail markets of agricultural products in the Russian Internet.

Keywords: agricultural marketing, electronic commerce, agriculture, agricultural products sale