ISSN 2074-9414 (Print)
ISSN 2313-1748 (Online)

https://doi.org/10.21603/2074-9414-2024-3-2531
https://elibrary.ru/NHCXGL

Оригинальная статья
https://fptt.ru

Комплексный подход к развитию инфраструктуры сбыта продукции аграрного малого и микро-бизнеса

Г. М. Гриценко

Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий Российской академии наук, Краснообск, Россия
Алтайский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Барнаул, Россия

Поступила в редакцию: 09.02.2024
Принята после рецензирования: 03.07.2024
Принята к публикации: 06.08.2024

Г. М. Гриценко:gritcenko_galina_milenium@mail.ru,
https://orcid.org/0000-0003-3034-9169

© Г. М. Гриценко, 2024

Аннотация.
Малый сектор (фермерские и личные подсобные хозяйства) играет значительную роль в производстве продукции сельского хозяйства, однако инфраструктуры сбыта их продукции до сих пор не создано, так как заинтересованность и поддержка со стороны государства в данном вопросе отсутствует. В формируемой инфраструктуре фермеры не получили доступа ни к софинансированию её объектов, ни к перечню необходимых им услуг.
Объекты и методы исследования основаны на анализе программных документов Правительства РФ, определяющих развитие оптово-продовольственных рынков и агрегаторов фермерской продукции, обобщении опыта торговых сетей, сельскохозяйственных потребительских сбытовых кооперативов, изучении возможностей малого сельского бизнеса аграрных регионов по формированию сбытовых кооперативов. Проведено библиографическое исследование опыта зарубежных стран по подготовке инфраструктуры фермерской продукции и сравнение подходов к её разработке с российской практикой, предложен авторский подход к формированию условий взаимодействия поставщиков и агрегаторов фермерской продукции с применением абстрактно-логического метода.
Результаты свидетельствуют о том, что наиболее остро проблемы сбыта продукции малого аграрного бизнеса стоят в регионах аграрной специализации. Наличие такой инфраструктуры способно поддержать производство во всех секторах малого бизнеса, а потенциал роста есть везде. Сегодня малый бизнес организует сбыт своей продукции самостоятельно и локально. Опыт работы оптово-распределительных центров страны показал, что для малого бизнеса их услуги недоступны. Работать с малыми поставщиками эти центры могут только через посредников – агрегаторов фермерской продукции. Обобщение первого опыта создания таких агрегаторов между торговой сетью «Магнит» на корпоративных принципах и сельскохозяйственным потребительским сбытовым кооперативом «Калина-Малина» Кемеровской области показало, что у каждого из них есть свои преимущества и недостатки.
В результате предложены условия финансовых отношений участников цепочек товародвижения в разных системах сбыта, включающих производителей и агрегаторов продукции малых форм сельскохозяйственного производства и оптово-распределительные центры. Реализация данного подхода позволит, с одной стороны, снизить цены на потребительских рынках, с другой – повысить эффективность сельскохозяйственного производства в малом секторе.

Ключевые слова. Продукция, сбыт, инфраструктура, агрегаторы, кооперативы, торговые сети, прибыль, распределение

Для цитирования: Гриценко Г. М. Комплексный подход к развитию инфраструктуры сбыта продукции аграрного малого и микро-бизнеса // Техника и технология пищевых производств. 2024. Т. 54. № 3. С. 610–620. https://doi.org/10.21603/2074-9414-2024-3-2531

https://doi.org/10.21603/2074-9414-2024-3-2531
https://elibrary.ru/NHCXGL

Original article
Available online at https://fptt.ru/en

Agricultural Marketing in Small and Micro Businesses: An Integrated Approach to Infrastructural Development

Galina M. Gritsenko

Siberian Federal Research Center for Agro-BioTechnologies, Russian Academy of Sciences, Krasnoobsk, Russia

Altai Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Barnaul, Russia

Received: 09.02.2024
Revised: 03.07.2024
Accepted: 06.08.2024

G. M. Gritsenko: gritcenko_galina_milenium@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-3034-9169

© G.M. Gritsenko, 2024

Abstract.
Small and private subsidiary farms are important members of agricultural community. However, they still lack good infrastructure to market their products because they remain beyond the scope of state interest. The agricultural infrastructure in its present condition neither gives farmers access to co-financing nor allows them to shape the list of services they need.
The research featured program documents issued by the Government of the Russian Federation that determine the development of wholesale food markets and aggregators of farm produce. The author generalized the experience of retail chains and agricultural consumer marketing cooperatives, as well as studied the cases of small rural businesses merging into marketing cooperatives in agricultural regions. The bibliographic study covered best foreign practices in shaping infrastructure for small farm produce, which were compared with Russian experience. The author also developed an abstract-logical method of establishing the interaction between stakeholders in a new system of farm produce aggregators.
In this research, agricultural regions demonstrated the most acute problems in small business marketing. A good system of agricultural infrastructure supports production in all sectors of small business with growth potential. Today, small businesses are alone in organizing their own sales as wholesale distribution centers are not available to them. These centers work with small suppliers through intermediaries, i.e., aggregators. In the Kemerovo Region, an example of such aggregators is the one created on corporate principles between the Magnit retail chain and the Kalina-Malina agricultural consumer marketing cooperative. The experience demonstrated some advantages and disadvantages.
The article introduces conditions for successful financial relations in commodity circulation chains in different distribution systems, including farmers, aggregators, and wholesale distribution centers. This approach reduces prices on consumer markets while increasing the efficiency of small farms.

Keywords. Products, sales, infrastructure, aggregators, cooperatives, retail chains, profit, distribution

For citation: Gritsenko GM. Agricultural Marketing in Small and Micro Businesses: An Integrated Approach to Infrastructural Development. Food Processing: Techniques and Technology. 2024;54(3):610–620. (In Russ.). https://doi.org/10.21603/2074-9414-2024-3-2531

Введение

Для решения задач импортозамещения и перевода части экспортной выручки с углеводородов на сельскохозяйственное сырье и продовольствие, акцент государственной поддержки АПК делается на крупный бизнес, и прежде всего – агрохолдинги, что вытесняет с рынка продукцию малого и микро-бизнеса (и, как следствие, разрушает сельский образ жизни). Формирование инфраструктуры сбыта продукции аграрного малого и микро-бизнеса не является для государства приоритетом. Перед самим малым сектором экономики ставится задача наращивания объемов производства, а, значит, востребованность в этом виде услуг для него возрастает.

Фермеры и домашние хозяйства реализуют свою продукцию по личным каналам, либо создавая сельскохозяйственные потребительские кооперативы. Но это не является системным подходом, и сдерживает развитие данного сектора экономики. В середине 2000-х годов государство поддержало создание в регионах оптово-распределительных центров аграрной продукции, но они оказались востребованными у крупных поставщиков. Малому бизнесу их услуги оказались недоступны.

В исследовании использовали труды российских ученых в области аграрной специализации регионов, экономики сельскохозяйственного производства, в том числе его малого сектора, сбытовой деятельности малого аграрного бизнеса, инфраструктуры продаж фермерской продукции, в том числе сельскохозяйственной потребительской кооперации, организации оптово-распределительных центров.

Обзор зарубежной и отечественной литературы, освещающей вопросы организации сбыта фермерской продукции в европейских и азиатских странах, показал, что государственная поддержка инфраструктуры сбыта оказывается малому сектору. Крупный бизнес формирует свою систему сбыта самостоятельно, помощь ему оказывается, прежде всего в вопросах продвижения экспортируемой продукции.

Цель исследования – обосновать условия, обеспечивающие комплексный подход к формированию инфраструктуры сбыта сельскохозяйственной продукции, доступной для малого и микро-бизнеса.

Задачи исследования включали в себя анализ сложившейся системы сбыта аграрной продукции, созданной с участием средств государственного бюджета и возможностей аграрного малого и микро-бизнеса по её использованию; обоснование элементов комплексного подхода к развитию инфраструктуры сбыта продукции малого и микро-бизнеса.

Объекты и методы исследования

Объектами исследования являлись условия развития инфраструктуры сбыта продукции аграрного малого и микро-бизнеса. Для достижения цели применялись сравнения, сопоставления, библиографические, аналитические и абстрактно-логические методы.

Основываясь на методических аспектах типизации регионов России, предложенных С. П. Воробьевым и В. И. Нечаевым о факторах, определяющих рентабельность сельскохозяйственной продукции, и результатах собственных исследований, автором, применительно к регионам аграрной специализации, сформулированы особенности инфраструктуры сбыта продукции малых аграрных предприятий, фермерских и домашних хозяйств [1, 2].

В качестве примера взяли ведущий в Сибири регион аграрной специализации – Алтайский край, роль которого в обеспечении продовольственной безопасности страны, показана в работе М. В. Петровой [4].

Учитывая опыт ведения сельского хозяйства в данном регионе, выявлены наиболее значимые для организации сбыта продукции малых поставщиков макроэкономические факторы. Проанализировали вклад различных секторов сельского хозяйства Алтайского края в общий объем производства продукции (табл. 1). В данной статистике не выделены индивидуальные предприниматели, доля которых составляет около 7 % от общего объема производства.

По результатам проведенного анализа сформулировали перспективные направления формирования инфраструктуры сбыта продукции малого сектора сельского хозяйства, учитывающие подходы к данному вопросу таких ученых, как З. Ч. Пак, Д. П. Кравченко и Л. А. Молчанова [5].

Основываясь на исследованиях А. А. Подрезова, посвященных результативности хозяйственной деятельности агрохолдингов, и учете перспектив развития экспорта аграрной продукции, определенных правительственными документами, сделан вывод о закономерности формирования инфраструктуры сбыта именно крупных партий аграрной продукции в форме оптово-распределительных центров [6].

Соотнесение правоустанавливающих документов и опыта создания оптово-распределительных центров, изложенного в трудах Н. С. Луковниковой, Ш. Момынкуловой, И. Рыковой, С. В. Ламанова, М. Р. Ли, Р. А. Ромашкина и Т. В. Сургановой, позволило автору обобщить выполняемые ими функции и технологические возможности, показать достоинства и недостатки сложившейся системы, в том числе для малого и микро-бизнеса, учитывая мнение таких авторов, как Р. И. Акьюлов, Р. Р. Галиев, В. А. Ковшов и Р. У. Гусманов, А. Р. Халиуллин, И. Г. Гайнутдинов [7–14].

Опыт сбытовой деятельности малых аграрных производителей зарубежных стран изучили в статьях российских и зарубежных авторов: В. П. Чеглова, и S. Rutroy, A. Behera, Европейского Союза – Ю. А. Акимовой и С. А. Кочетковой, А. Осиной, Китая – B. Li, J. Y. Liu, H. H. Chang, Индии – K. Chand, A. Suresh, M. B. Dastagiri, S. Kumari, S. Mandal и A. Kumar, M. K. Sumit Yadav, A. K. Rohila, Вьетнама – T. T. Pham, L. Theeuwsen, W. Otter, Эфиопии – A. Tafesse, G. R. Megerssa и B. Gebeyehu, Перу – K. Fan и V. B. S. Garcia [15–24].

При обобщении опыта сбытовой кооперации советского периода учли позиции Ф. Н. Мухаметгалиева, Д. Ф. Хафизова, М. М. Хисматуллина, И. Г. Гайнутдинова, Л. Ф. Ситдиковой и В. П. Леошко, О. И. Жуковой, А. С. Жукова, А. С. Нечитайлова, и роли кооперации на современном этапе – мнение К. В. Колончина [25–27].

Изучили проект законодательного акта, определяющего перспективы развития агрегаторов фермерской продукции и сложившийся опыт агрегации продукции малых форм агробизнеса, изложенный в работах Е. И. Артемовой, Е. В. Плотниковой, А. Г. Галкиной и Ж. В. Доможилкиной, Д. Ю. Мишариной [28, 29].

Обобщение опыта торговой сети «Магнит» и сельскохозяйственного потребительского сбытового кооператива «Калина-Малина» Кемеровской области, позволил рассматривать кооперацию, как наиболее перспективную форму развития агрегаторов. В качестве обоснования данного подхода для регионов аграрной специализации использовали:

– анализ институциональной структуры экономических субъектов Алтайского края, который дан в таблице 2.

Таблица 1. Доля секторов экономики сельского хозяйства Алтайского края в производстве основных видов продукции в 2018–2022 гг. (в фактических ценах, млн рублей; %)

Table 1. Share of agricultural economic sectors in basic products in the Altai Region in 2018–2022, mRUB, %

	2019	2020	2021	2022	2023	2023 г. к 2019 г., %
Продукция сельского хозяйства, всего						
Хозяйства всех категорий	144540,3	163229,6	241624,9	249362,4	232156,4	160,6
Сельскохозяйственные организации	81740	94773,3	143974,5	147611,1	137436,6	168,1
Доля сельскохозяйственных организаций в общем объеме производства	56,6	58,1	59,6	59,2	59,2	2,6
Хозяйства населения	36765,5	35769,2	40226,9	47206,5	41556	113,0
Доля хозяйского населения в общем объеме производства	25,4	21,9	16,6	18,9	17,9	–7,5
Крестьянские (фермерские) хозяйства	26034,8	32687,1	57423,5	54544,8	53163,82	204,2
Доля крестьянских (фермерских) хозяйств в общем объеме производства	18,0	20,0	23,8	21,9	22,9	4,9
Продукция растениеводства						
Хозяйства всех категорий	80531,8	101977,6	177105,9	173095	143495,8	178,2
Сельскохозяйственные организации	48406,2	63476,3	111107,7	108672,7	87245,45	180,2
Доля сельскохозяйственных организации в общем объеме производства	60,1	62,2	62,7	62,8	60,8	0,7
Хозяйства населения	9461,1	9191,6	12208,4	13971,8	13058,12	138,0
Доля хозяйского населения в общем объеме производства	11,7	9,0	6,9	8,1	9,1	–2,6
Крестьянские (фермерские) хозяйства	22664,5	29309,7	53789,8	50450,5	43192,24	190,6
Доля крестьянских (фермерских) хозяйств в общем объеме производства	28,1	28,7	30,4	29,1	30,1	2,0
Продукция животноводства						
Хозяйства всех категорий	64008,5	61252	64519	76267,4	78784,22	123,1
Сельскохозяйственные организации	33333,8	31297	32866,8	38938,4	40258,74	120,8
Доля сельскохозяйственных организаций в общем объеме производства	52,1	51,1	50,9	51,1	51,1	–1,0
Хозяйства населения	27304,4	26577,6	28018,5	33234,7	33562,08	122,9
Доля хозяйского населения в общем объеме производства	42,7	43,4	43,4	43,6	42,6	–0,1
Крестьянские (фермерские) хозяйства	3370,3	3377,4	3633,7	4094,3	4963,406	147,3
Доля крестьянских (фермерских) хозяйств в общем объеме производства	5,3	5,5	5,6	5,4	6,3	1,0

Таблица 2. Распределение экономических субъектов Алтайского края по формам собственности на 01.01.2023 года

Table 2. Economic entities of the Altai Region by types of ownership, January 01, 2023

	Всего по видам экономической деятельности, ед.	из них сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Доля сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства в общих показателях по экономике региона, %
Количество экономических субъектов на 1.01.2023 г.	40616	1664	4,1
в том числе по формам собственности:			
Государственная и муниципальная	4205	71	1,7
в % к общему количеству	10,4	4,3	–6,1
Частная	34147	1556	
в % к общему количеству	84,1	93,5	9,4
Смешенная российская	195	7	3,6
в % к общему количеству	0,5	0,4	–0,1

– сравнительный анализ прибыльности экономических субъектов сельского хозяйства и экономических субъектов прочих отраслей экономики Алтайского края представлен в таблице 3.

Выявили факторы, сдерживающие развитие сельскохозяйственной потребительской сбытовой кооперации.

Основываясь на абстрактно-логическом методе, сформулировали требующие решения задачи формирования агрегаторов фермерской продукции, условия распределительных отношений участников цепочек товародвижения в разных системах сбыта, включающих производителей и агрегаторов продукции малых форм сельскохозяйственного производства и оптово-распределительные центры, и основные элементы комплексного подхода к развитию системы сбыта продукции малого аграрного бизнеса.

Результаты и их обсуждение

Проведенный анализ показал, что в регионах аграрной специализации:

– востребованность малого и микро-бизнеса в объектах и субъектах инфраструктуры сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия гораздо выше, чем в индустриально развитых регионах, так как выше доля данного сектора в общих объемах производства;
– площадь сельских территорий больше, значит, значительнее удаленность поставщиков сырья от центров переработки и сбыта произведенной ими продукции;
– протяженность дорог муниципального и межпоселкового значения больше, значит, выше затраты на транспортировку;
– низкое качество этих дорог, отсутствие подъездных путей к местам погрузки, произведенной малым и микро-бизнесом продукции;
– зависимость поставщиков сырья от конъюнктуры агропродовольственного рынка выше.

Одним из таких регионов на территории Сибирского федерального округа является Алтайский край, где доля АПК в валовом региональном продукте в 2023 году составила 17,7 %. Доля хозяйств населения здесь особенно высока в животноводстве.

Семейные фермерские и домашние (личные подсобные) хозяйства работают в сложных условиях:

– ценовая конъюнктура рынка нестабильна – третий год подряд наблюдается рост стоимости всех ресурсов при неизменной закупочной цене на производимую ими продукцию;
– почти полное отсутствие поддержки их со стороны государства.

В результате их доля в общем объеме производства сократилась на 2,5 %, в том числе в производстве продукции растениеводства – на 2,6 %, животноводства – на 0,1 %, так как производители молока получают государственную поддержку. В производстве продукции растениеводства хозяйства населения почти в два раза уступают фермерскому сектору.

Фермерский сектор имеет возможность участвовать в государственных программах поддержки АПК, так как предоставляет данные о своей деятельности в государственные органы статистики и региональные министерства сельского хозяйства. На его поддержку государство выделяет около 30 % от общего объема бюджетных средств. Поэтому динамика прироста объемов производства в данном секторе положительна, но гораздо скромнее, чем у сельскохозяйственных организаций, получающих наибольшую долю поддержки: за пять анализируемых лет, объемы производства в сельскохозяйственных организациях увеличились на 3,5 %, в фермерских хозяйствах – на 0,7 %, в домашних (личных подсобных) хозяйствах – на 0,2 %.

Объемы производства видов продукции по секторам тоже различаются. Следует учитывать, что каждый вид продукции имеет свою специфику по условиям транспортировки, хранения и предпродажной подготовки. Поэтому развитие инфраструктуры сбыта продукции малого сектора, как в Алтайском крае, так и в иных регионах аграрной специализации, следует начинать, во-первых, с товарной дифференциации, то есть определения видов продукции, требующей транспортировки; во-вторых, с секторальной дифференциации: внутри малого и микро-бизнеса есть различия: семейные фермерские хозяйства и инди-

Таблица 3. Отдельные показатели деятельности организаций сельского хозяйства в сравнении с показателями по экономике Алтайского края в целом в 2022 году – 1 квартале 2023 года

Table 3. Performance indicators in agricultural business against other economic indicators in the Altai Region, 2022 -Q1 2023

	Всего по видам экономической деятельности, ед.	из них сельское хозяйство	Доля сельского хозяйства в общих показателях по экономике региона, %
Численность организаций на 1 января 2023 года	42089	1679	4,0
Сумма прибыли, тыс. руб.	83178550	18861799	22,7
Доля прибыльных организаций в общем числе организаций, %	71,4	92,8	21,4
Сумма убытка, тыс. руб.	3576964	168040	4,7
Доля убыточных организаций в общем числе организаций, %	28,6	7,2	–21,4

видуальные предприниматели, которые используют официальные системы расчета, а домашние (личные подсобные) хозяйства, если не входят в состав сбытовых кооперативов, не ведут официального учета; в-третьих, с территориальной дифференциации: семейные фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели и домашние (личные подсобные) хозяйства территориально рассредоточены, качество подъездных путей к их производственным объектам низкое, поэтому сбор и доставка их продукции высоки по себестоимости, так как требуют концентрации мелких партий однородной продукции.

Именно малый сектор остро нуждается в услугах по сбыту продукции, его субъекты не располагают для этого ни трудовыми ресурсами, позволяющими диверсифицировать производственную деятельность, ни знаниями и навыками для организации сбыта, даже ведения переговоров и транспортировки, тем более предпродажной подготовки.

Государство, заинтересованное в развитии крупного бизнеса, инициировало создание сети оптово-распределительных центров, которая по замыслу её разработчиков, должны была стать частью транспортно-логистической системы экспорта и импорта сельскохозяйственной и продовольственной продукции наряду с транспортной инфраструктурой (рефрижераторными, контейнерными и прочими перевозками) и дополнительными объектами (электронными торговыми площадками, овоще-, фрукто-, зернохранилищами, сельскохозяйственными и продовольственными биржами, транспортно-логистическими терминалами, агро-индустриальными парками и продовольственными рынками).

Судя по правоустанавливающим документам, главной целью оптово-распределительного центра является координация товарных потоков продовольствия, как в стране, так и при экспортно-импортных операциях. К их функциям отнесена организация:

– закупки сельскохозяйственного сырья для предпродажной подготовки и продовольствия по ценам, учитывающим нормы рентабельности региона;
– хранения, подработки, формирования партий товарной продукции;
– контрактной работы с торговыми сетями и прочими покупателями;
– собственной мелкооптовой и розничной торговли;
– фитосанитарного контроля поставляемой продукции;
– таможенного оформления экспортируемых партий продукции;
– условий для инвестирования в логистическую инфраструктуру.

Современные высокотехнологичные оптово-распределительные центры включают мультитемпературные площади (под хранение и оптовую торговлю), полноценную 3PL-логистику (от ответственного хранения, подбора заказов и стикерования до калибровки, упаковки и вакуумизации), единую IT-среду (личный кабинет поставщика, маркетплейс, мобильные приложения отдельно для поставщиков и покупателей), информационные каналы обмена информацией о наличии продовольственных товаров по объемам, срокам годности, ценам, условиям поставок всей имеющейся в том или ином регионе номенклатуры.

Крупные оптово-распределительные центры вмещают до 200 поставщиков сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Наличие этих центров призвано обеспечить экономику регионов мощностями, позволяющими рационально организовать транспортные маршруты, сформировать сборные грузы от нескольких поставщиков для нескольких покупателей, продвигать готовую к реализации продукцию.

Разработчики программы создания оптово-распределительных центров в 2015 году предполагали, что её реализация позволит примерно на 20 % снизить розничные цены и не менее, чем на 10 % увеличить совокупный объем потребления продовольствия, расширить для малых и средних производителей рынки сбыта за счет удобной транспортировки, увеличить сроки хранения их продукции, а розничным торговым организациям и организациям общественного питания облегчить выбор поставщиков через электронную систему маркетплейс, где все зарегистрированные участники получат возможность отслеживать актуальные предложения онлайн и дистанционно оформлять доставку заказов. Однако до сих пор большинство поставленных задач так и не решены по ряду причин.

Во-первых, строительство или приобретение подобных объектов предполагает долгосрочное вложение капитала, часто с привлечением кредитных средств. Располагают таким капиталом либо владельцы высоко маржинального бизнеса, либо лица, накопившие достаточный для этого капитал. Поэтому 90 % из имеющихся на сегодняшний день оптово-распределительных центров – это частный бизнес (в форме общества с ограниченной ответственностью). Они принадлежат крупным рыночным игрокам: федеральным сетям, агрохолдингам, переработчикам, дистрибьюторам; 5 из 60 – находятся в федеральной собственности (в форме федерального государственного казённого учреждения), 1 – в региональной, 1 – в совместной (в форме акционерного общества). В силу высоких затрат на организацию таких площадей, малые и средние производители, зачастую не могли стать их соучредителями и не получили выхода на рынок со своей продукцией.

Во-вторых, многие оптово-распределительные центры создавались на основе существовавших ранее складских помещений и овощехранилищ или строились с использованием не самого современного оборудования, поэтому имеют категорию «Фермерский рынок». В частности, такого типа оптово-распределительные центры в Сибири построены в городах Омск, Красноярск, Барнаул. Более современный, категории А+, построен в Новосибирске и строится в Хакасии. Основная их доля оказывает услуги только хранения,

11 из 60 – хранения и транспортировки, 5 – хранения, транспортировки и предпродажной подготовки.

В частности, оптово-распределительный центр Агропарк «Барнаул» в Алтайском крае общей площадью – 26753 м^2, оказывает услуги по хранению, переработке и реализации оптом и в розницу сельскохозяйственной продукции в формате «Фермерский рынок». В центре Алтайского края действует 129 самостоятельных организаций, занимающихся хранением продукции АПК.

В-третьих, при существующих оптово-распределительных центрах не было создано агрегаторов продукции – организаций, которые занимались бы сбором мелких партий однородной продукции, у малого аграрного бизнеса – семейных фермерских и домашних (личных подсобных) хозяйств. Это не позволило центрам стать местом концентрации всей производимой на территории региона продукции и решить для малого бизнеса главную проблему, сдерживающую его развитие, – проблему сбыта.

В четвертых, условия «входа» в оптово-распределительные центры, то есть приобретение места хранения продукции и прочих услуг (аренда торгового места, хранение, которое тарифицируется за каждую палету и каждую операцию, услуги кассира, место в торговом зале, мойку, фасовку, нарезку, упаковку, место хозяйства в электронном каталоге, полку в «интернет-магазине», рекламное продвижение продукции арендатора, межрегиональную доставку автотранспортом и другое) одинаковы для всех, а, значит, в большинстве случаев непосильны для малого и микро-бизнеса.

Наличие законодательной базы и строительство самих центров за годы их функционирования не имело положительных для малого бизнеса последствий, что послужило стимулом для развития маркетплейсов, торгующих фермерской продукцией.

У всех оптово-распределительных центров разная политика по отношению к поставщикам: согласно уставным документам, они ведут «закупочную» деятельность сельскохозяйственного сырья и продовольствия, но отдельные субъекты «сами ничего не покупают и не продают». Эта разница в функциях, во-первых, поставила в неравные условия поставщиков разных регионов; во-вторых, сделала невыгодным механизм распределения прибыли от конечной стадии реализации продукции, в-третьих, менеджмент многих созданных центров с большим трудом обеспечивал заполняемость мощностей по хранению даже при их удобной локализации, что привело к остановке строительства многих центров на стадии предпроектных проработок.

По мнению экспертов, опыт сознания оптово-распределительных центров был позаимствован на западе, где аналогичные структуры формировались, во-первых, начиная с создания сети заготовительных пунктов, во-вторых, на кооперативной основе. В России их создание было инициировано распоряжением сверху. При этом не были учтены опыт ни советской кооперации, ни организации современной сельскохозяйственной сбытовой кооперации. В частности, в советский период уже существовал уникальный опыт работы потребительской кооперации системы Центросоюза, которая сегодня превратилась в обычного посредника между поставщиком и потребителем. Обобщение и трансформация данного опыта могли бы стать хорошей основой для создания механизма передачи продукции мелких товаропроизводителей в оптово-распределительных центрах и распределения прибыли от реализации конечной продукции между всеми участниками цепочки товародвижения.

Осознание значимости малого аграрного бизнеса для реализации задач не только импортозамещения, но и развития экспорта продовольствия, пришло только после пандемии, особенно с началом специальной военной операции. Вместе с этим вновь было обращено внимание на проблемы централизации функций сбыта продукции малого аграрного бизнеса. Результатом этого стало принятие в 2023 году программы развития агрегаторов фермерской продукции, которые согласно проекту соответствующего закона, будут заниматься закупкой, первичной и последующей переработкой, хранением и сбытом этой продукции и сбором документации для реализации товаров. Речь идет о продукции, получившей статус фермерской, то есть произведенной малым бизнесом (продовольственная продукция, произведенная из дикорастущих плодов – ягод, орехов, грибов, семян и иных лесных ресурсов, не включена в состав фермерской продукции).

Согласно указанному законопроекту, в качестве агрегаторов могут выступать торговые сети и сельскохозяйственные потребительские кооперативы. При этом разработчиками данного документа обобщен опыт торговой сети «Магнит», создавшей собственного агрегатора для оказания фермерам поддержки. В данную поддержку, как свидетельствуют источники, входят:

– консультирование по вопросам производства и сбыта продукции, внедрения маркировки продукции, их участия в государственных программах поддержки;
– помощь во внедрении в хозяйствах передовых практик управления и новых технологий;
– предоставление аналитических данных;
– софинансирование закупок сырья (семян, удобрений, кормов) и оборудования;
– обучение сотрудников фермерских хозяйств, отработка с ними бизнес-процессов на этапах перевозки, обработки, хранения и сбыта товаров;
– разработка стандартов фермерской продукции;
– тестирование IT-решений для планирования заказов, управления транспортом и др.;
– планирование централизованных закупок сырья и оборудования для участников агрегатора;
– организация продаж продукции в своих торговых точках;
– создание мощностей для переработки продукции.

Продовольствие у местных товаропроизводителей закупает также и торговая сеть «Мария Ра», созданная в Алтайском крае.

Опыта создания агрегаторов фермерской продукции на кооперативной основе в стране пока нет, так как сельскохозяйственная потребительская кооперация развита слабо. Сельскохозяйственные потребительские сбытовые кооперативы, создающие иерархию второго уровня, стремятся формировать собственную переработку, сотрудничая с торговыми сетями, но чаще пытаются формировать собственные, хотя опыт по регионам разный. Например, кооператив «Калина-малина» Кемеровской области, создал торговую сеть, вышедшую за пределы региона, а в Алтайском крае, кооперативы создаются преимущественно по инициативе предприятий по переработке молока и это направление активно поддерживается администрацией региона.

Объективной предпосылкой для развития кооперативных отношений в АПК является институциональная структура сельского хозяйства, где преобладает, по сравнению с экономикой региона в целом, частный сектор.

Сельское хозяйство, имея 4,0 % от общей численности экономических субъектов региона, является одной из наиболее прибыльных отраслей. А значит, потенциала для активизации частной инициативы здесь больше. Хотя активности в вопросах кооперирования крестьяне не проявляют: по данным Росстата по Алтайскому краю, на конец 2022 года в сельскохозяйственные потребительские сбытовые кооперативы региона входило 1324 хозяйства, в том числе в 1320 фермерских хозяйствах и индивидуальных предпринимателей (4,04 % от их общего числа) и 1128 личных подсобных хозяйства, занимающихся производством сельскохозяйственной продукции на реализацию (0,25 % от их общего количества).

Причин таких низких показателей много, это и организация учета, отчетности и налогообложения, и дефицит кадров, способных организовать разностороннюю деятельность кооператива, и продолжительность организационного периода, когда регистрация кооператива, как юридического лица уже произошла, а результатов деятельности нет, труд председателя еще не оплачивается, и многие другие нерешенные вопросы, которые в том числе и автор данного исследования поднимал не раз. Если не изменить политику по отношению к этим кооперативам со стороны государства, они не смогут стать агрегаторами производимой малым аграрным бизнесом продукции даже при увеличении размера господдержки их, как агрегаторов.

Пока по подготовительным документам к законопроекту не понятно, не превратятся ли агрегаторы фермерской продукции в обычное посредническое звено между торговлей, теми же оптово-распределительными центрами, и производителями сельскохозяйственного сырья и продовольствия, защитят ли фермеров от низких цен на их продукцию.

Для формирования эффективной инфраструктуры сбыта продукции малого аграрного бизнеса страны необходимо решить целый ряд задач:

– разработать и закрепить законодательно условия распределения прибыли между участниками цепочки товародвижения (от производителя продукции, получившей статус фермерской, до конечного потребителя) пропорционально затратам, понесенным каждым из них;
– разработать и законодательно утвердить правила ведения экономической деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов, в соответствии с которыми они перестанут быть фактором, сдерживающим торговлю сельскохозяйственной продукцией;
– создать условия, стимулирующие взаимодействие сельскохозяйственных потребительских сбытовых кооперативов с профильными некоммерческими организациями;
– создать условия для привлечения на договорной основе в фермерские хозяйства профессиональные кадры, способные организовать сбыт произведенной фермерами продукции;
– организовать качественную подготовку руководителей сельскохозяйственных потребительских сбытовых кооперативов на базе образовательных учреждений, не просто выигрывающих конкурсы, а имеющих отношение к аграрному сектору и системе организации сбыта продовольствия.

Необходимо законодательно урегулировать отношения купли-продажи, основанные на распределении прибыли от реализации продукции конечному потребителю по всей цепочке товародвижения пропорционально затратам, понесенным в каждом из её звеньев.

В ситуации, когда агрегаторы будут реализовывать полученную от производителей продукцию по общепринятой схеме «по договоренности» или «исходя из среднерыночной цены» или «исходя из биржевых цен» (рис. 1), и они, и оптово-распределительные центры остаются всего лишь дополнительными звеньями цепи товародвижения, не снижающими цену для конечного потребителя и не позволяющими первичному производителю получать дополнительные бонусы (в виде большей прибыли), кроме снижения затрат (финансовых, материальных, временных) на выполнение функций сбыта своей продукции.

Создание механизма распределения прибыли от реализации конечной продукции пропорционально затратам каждого из участников цепи товародвижения даст экономике и обществу ряд преимуществ (рис. 1):

– рост доходности малого аграрного бизнеса, а, значит, его привлекательности в глазах населения и, в первую очередь, выпускников аграрных учебных заведений;
– снижение нагрузки на малый аграрный бизнес за счет передачи несвойственных для него функций в руки агрегаторов, а, значит, улучшение условий труда предпринимателей;
– снижение цены продовольствия для конечного потребителя.

Рисунок 1. Виды условий распределительных отношений участников цепочек товародвижения в разных системах сбыта, включающих производителей и агрегаторов продукции малых форм сельскохозяйственного производства и оптово-распределительные центры

Figure 1. Conditions of distribution relations between stakeholders in commodity distribution chains in different distribution systems, including producers and aggregators of small agricultural production and wholesale distribution centers

Комплексный подход к развитию системы сбыта продукции малого аграрного бизнеса должен включать одновременное решение таких вопросов, как:

– законодательное закрепление распределительных отношений, основанных на учете затрат их участников,
– подготовка кадров, обладающих способностями работать с людьми, знаниями законодательства и организационных форм работы на принципах кооперации и торгового дела;
– допуск субъектов малого аграрного бизнеса к софинансированию проектов строительства объектов инфраструктуры переработки и сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия;
– выделение средств государственной поддержки малому и микро-бизнесу не только на техническое перевооружение процессов производства, но и на строительство объектов для первичной обработки и хранения сельскохозяйственной продукции.

Выводы

Аграрный малый и микро-бизнес испытывает острую потребность в объектах и субъектах сбыта произведенной им продукции. Особенно актуальна эта проблема в регионах аграрной специализации. Созданные с участием бюджетных средств, оптовораспределительные центры не решили этой задачи, как это планировалось изначально, так как агрегировать, то есть собирать по селам малые партии разнородной продукции в их функции не входило, и до сих пор делать это в большинстве случаев некому. К запланированным для решения этой задачи агрегаторам фермерской продукции, согласно проекту закона, отнесены торговые сети и сельскохозяйственные потребительские сбытовые кооперативы. Чтобы они не превратились в таких же посредников, как множество уже имеющихся на рынке, автор предлагает решить ряд задач: усовершенствовать законодательство о сельскохозяйственных потребительских сбытовых кооперативах, исключив из их практики двойное налогообложение их участников; закрепить в качестве обязательного условия деятельности агрегаторов фермерской продукции распределение прибыли от реализации конечной продукции частниками между создаваемой ими цепочки пропорционально их затратам, допустить субъекты малого и микро-бизнеса к софинансированию проектов строительства инфраструктурных объектов, готовить специалистов в аграрных учебных заведениях, знающих специфику реализуемой продукции, тонкости бухгалтерского учета в сельскохозяйственных потребительских кооперативах, логистики и торгового дела. Реализация данного подхода позволит, с одной стороны, снизить цены на потребительских рынках, с другой – повысить эффективность сельскохозяйственного производства в малом секторе.

Критерии авторства

Автор самостоятельно проводил исследование и оформлял рукопись.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Contribution

The author is solely responsible for the research and manuscript.

Conflict of interest

The author reported no conflict of interests regarding the publication of this article.

References/Список литературы

1. Vorobyov SP. Methodological aspects of typification of Russian regions based on the analysis of the institutional structure of the economy of the agro-industrial complex. Economics. Profession. Business. 2020;(3):21–27. (In Russ.). https://doi.org/10.14258/epb201982; https://www.elibrary.ru/TFLOZY

2. Nechaev VI. Increasing the profitability of agricultural production: significant factors and solutions. Economy, labor, management in agriculture. 2024;(3):72–85. (In Russ.). https://doi.org/10.33938/243-72; https://www.elibrary.ru/OLTROS

3. Gritsenko G. Methodological approaches to the substantiation of forecasts for the development of the infrastructure for the maintenance of the agricultural sector of a rural municipality. AIC: Economics, Management. 2019;(10):79–86. (In Russ.). https://doi.org/10.33305/1910-79; https://www.elibrary.ru/IARFHG

4. Petrova MV. The role and importance of the agro-industrial complex of the Altai territory in ensuring food security in Russia. Regional Economy and Management: Electronic Scientific Journal. 2021;(3):12. (In Russ.). [Петрова М. В. Роль и значение агропромышленного комплекса Алтайского края в обеспечении продовольственной безопасности России // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2021. № 3. Номер статьи: 6712]. https://www.elibrary.ru/WLQFJO

5. Pak Z, Kravchenko D, Molchanova L. Mechanisms and tools for managing the development of small businesses. AIC: Economics, Management. 2021;(4):3–12. (In Russ.). https://doi.org/10.33305/214-3; https://www.elibrary.ru/ZPNBBH

6. Podrezov AA. Analys is of the performance of economic activities of agricultural holdings. Economy, Labor, Management in Agriculture. 2022;(10):116–123. (In Russ.). https://doi.org/10.33938/2210-116; https://www.elibrary.ru/WQLNOC

7. Lukovnikova NS. Wholesale distribution centers as a stimulus for the development of agriculture. Agrifood Economics. 2019;(2):17–24. (In Russ.). [Луковникова Н. С. Оптово-распределительные центры как стимул развития сельского хозяйства // Агропродовольственная экономика. 2019. № 2. С. 17–24.]. https://www.elibrary.ru/ZAUFGP

8. Momynkulova SH. Formation of wholesale distribution centers in the food supply system of regions of Kazakhstan. Central Asian Economic Review. 2023;(1):72–83. https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-1-72-83; https://www.elibrary.ru/NZQXZX

9. Rykova I. Developing a network of wholesale distribution centers for agricultural sales, including engineering and transport infrastructure, automated information logistics, and calculation systems. Moscow; 2014. (In Russ.). [Рыкова И. Развитие сети оптово-распределительных центров для сбыта сельскохозяйственной продукции, включая создание необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры и обеспечение функционирования автоматизированных информационных логистических и расчетных систем. Москва. 2014]. (Дата обращения 12.01.2024) https://www.nifi.ru/images/FILES/Reports/Metodicheskie_recomendacii_ORC.pdf

10. Lamanov SV, Li MR, Romashkin RA, Surganova TV. Prospects for the formation of a two-level system of agrologistic centers in the face of new challenges for the agro-industrial complex of Russia. Exploitation and protection of natural resources in Russia. 2022;(3):123–130. (In Russ.). [Перспективы формирования двухуровневой системы агрологистических центров в условиях новых вызовов для АПК России / С. В Ламанов [и др.] // Использование и охрана природных ресурсов в России. 2022. № 3. С. 123–130.]. https://www.elibrary.ru/ORFOZD

11. Lamanov SV, Romashkin RA, Surganova TV. A case study of a network of wholesale distribution centers in Russia. (In Russ.). Ламанов С. В., Ромашкин Р. А., Сурганова Т. В. Анализ опыта создания сети оптово-распределительных центров в России. (Дата обращения 21.01.2024). https://ecfs.msu.ru/Analitics/Оптово-распределительные%20центры%20в%20РФ%20история%20вопроса.pdf

12. Akyulov RI. Marketplace as an innovative method of promoting food products in e-commerce. Innovation and Investment. 2023;(11):91–93. (In Russ.). [Акьюлов Р. И. Маркетплейс как инновационный метод продвижения продовольственных товаров в электронной торговле // Инновации и инвестиции. 2023. № 11. С. 91–93.]. https://www.elibrary.ru/HDWWVL

13. Galiev RR, Kovshov VA, Gusmanov RU. Agrolandshering cooperative marketplace project. Bulletin NGIEI. 2021;(2):101–112. (In Russ.). https://doi.org/10.24412/2227-9407-2021-2117-101-112; https://www.elibrary.ru/MUDAJF

14. Khaliullin AR, Gainutdinov IG. Digital agricultural online platform and its role in improving the efficiency of raw milk sales. Scientific Diary. 2023;(9):10. (In Russ.). [Халиуллин А. Р., Гайнутдинов И.Г. Цифровая сельскохозяйственная онлайн платформа и её роль в повышении эффективности реализации сырого молока // Дневник науки. 2023. № 9. Номер статьи 10.]. https://www.elibrary.ru/VOSFTD

15. Cheglov VP, Yagudin AN. Development of farm sales infrastructure in Russia: analysis of foreign experience. Journal of Economy and Entrepreneurship. 2019;(8):790–793. (In Russ.). [Чеглов В. П., Ягудин А. Н. Развитие инфраструктуры продаж продукции фермерских хозяйств в России на основе анализа зарубежного опыта. Экономика и предпринимательство. 2019. № 8. С. 790–793.]. https://www.elibrary.ru/UYWZDT

16. Routroy S, Behera, A. Agriculture supply chain: A systematic review of literature and implications for future research. Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies. 2017;7(3):275–302. https://doi.org/10.1108/JADEE-06-2016-0039

17. Akimova YA, Kochetkova SA. The european experience of regulation of development of agrarian sphere economy. Economic Sciences. 2015;(12–7):1261–1265. (In Russ.). [Акимова Ю. А., Кочеткова С. А. Европейский опыт регулирования развития аграрной сферы экономики // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12–7. С. 1261–1265.]. https://www.elibrary.ru/VJFUAT

18. Promoting agricultural exports in the EU and what Russia can adopt from this experience. [Internet]. [cited 2020 May 06]. Available from: https://agrarian.expert/eksportnaya-politika-es-prodvizhenie-selhozprodukcii-na-rynki-tretih-stran/

19. Lee B, Liu J-Y, Chang H-H. The choice of marketing channel and farm profitability: Empirical evidence from small farmers. Agribusiness. 2020;36(3):402–421. http://doi.org/10.1002/agr.21640

20. Chand K, Suresh A, Dastagiri MB, Kumar S, Mandal S. Fruit marketing, its efficiency and supply chain constraints in India: A case study. Indian Journal of Agricultural Sciences. 2021;91(8):1146–1150. https://doi.org/10.56093/ijas.v91i8.115800

21. Kumar A, Sumit, Yadav MK, Rohila AK. Constraints faced by the farmers in production and marketing of vegetables in Haryana. Indian Journal of Agricultural Sciences. 2019;89(1):153–160. https://doi.org/10.56093/ijas.v89i1.86198

22. Pham TT, Theuvsen L, Otter V. Determinants of Smallholder Farmers' Marketing Channel Choice: Evidence from the Vietnamese Rice Sector. Asian Economic Journal. 2019;33(3):281–300. https://doi.org/10.1111/asej.12187

23. Tafesse A, Megerssa GR, Gebeyehu B. Factors determining commercialization of agricultural products in Offa District, Ethiopia. Cogent Food and Agriculture. 2020;6:1816253. https://doi.org/10.1080/23311932.2020.1816253

24. Q Fan, Garcia VBS. Access to information and market participation of smallholder farmers in Peru. Journal of Agricultural Economics. 2018;69(2):476–494. https://doi.org/10.1111/1477-9552.12243

25. Mukhametgaliev F, Khafizov D, Khismatullin M, Gaynutdinov I, Sitdikova L. Issues of small forms of economic and cooperation development in rural areas. Vestnik of the Kazan State Agrarian University. 2019;14(1):138–144. https://doi.org/10.12737/article_5ccedf76d50a12.50893731; https://www.elibrary.ru/WYJOFF

26. Leoshko VP, Zhukova OI, Zhukov AS, Nechitailov AS. Cooperation in the system of wholesale distribution centers of the regional economy. Fundamental and Applied Research Studies of the Economics Cooperative Sector. 2022;(2):33–41. (In Russ.). [Кооперация в системе оптово-распределительных центров региональной экономики / В. П. Леошко / [и др.] // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2022. № 2. С. 33–41.]. https://doi.org/10.37984/2076-9288-2022-2-33-41; https://www.elibrary.ru/QLKFMY

27. Kolonchin KV. Organization of agro-food market infrastructure: targets and problems at the current stage of development. Food Industry. 2018;12:14–19. (In Russ.). [Колончин К. В. Организации инфраструктуры агропродовольственного рынка: целевые установки и проблемы современного этапа развития. Пищевая промышленность. 2018. № 12. С.14–19]. https://www.elibrary.ru/YUKJLN

28. Artemova EI, Plotnikova EV, Galkina AG. Solving the problem of selling products of small agricultural producers based on the development of local retail chains. Bulletin of the Academy of Knowledge. 2021;(43):36–41. (In Russ.). https://doi.org/10.24412/2304-6139-2021-11034; https://www.elibrary.ru/RXGASJ

29. Domozhilkina ZhV, Misharina DYu. Perspectives of the creation of a shared logistics centre of produce of apc in the republic of Crimea. Agroindustrial Complex of Upper Volga Region Herald. 2018;2:66–69. (In Russ.). [Доможилкина Ж. В., Мишарина Д. Ю. Перспективы создания единого логистического центра продукции АПК в Республике Крым // Вестник АПК Верхневолжья. 2018. № 2. С. 66–69.]. https://www.elibrary.ru/XTTONN