

УДК 004.9

## ОБЗОР ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК ДЛЯ ПРОДАЖИ ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

**Александр Андреевич Измалков**

студент

aleksanderizmalckov@yandex.ru

**Наталья Владимировна Пчелинцева**

старший преподаватель

natas79@mail.ru

**Олег Валерьевич Аверков**

ассистент

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** В статье представлен обзор ведущих электронных торговых площадок, анализируются их ключевые особенности, преимущества и недостатки.

**Ключевые слова:** цифровизация, электронные цифровые площадки, сельское хозяйство, продажи.

На данный момент существуют и развиваются электронные торговые площадки (ЭТП). Они имеют особое значение для современной экономики, а также для покупателей и продавцов, так как позволяют напрямую контактировать двум этим участникам рынка. Дополнительно ускоряются и упрощаются процессы купли-продажи. Фермерские товары также не стали исключением, сейчас существуют ЭТП специально для них, с их помощью сельскохозяйственные производители могут расширить региональный охват, где представлена их продукция, получают возможность оптимизировать транспортные потоки, улучшить процесс ценообразования [2,3].

Последние 10 лет доля интернет-продаж растет. Под данным interfax только в 2022 году объем интернет-торговли вырос на 30% по отношению к 2021 году. При этом доля продаж через отечественные торговые площадки составила 96,4%, тогда как доля трансграничной торговли снизилась с 13% до 3,6%.

Сельское хозяйство — одна из самых консервативных отраслей российской экономики. По цифровизации она занимает последнее место среди всех сфер бизнеса в рейтинге Института статистических исследований и экономики знаний ВШЭ. Индекс цифровизации агропромышленного комплекса (АПК) составляет 23 условные единицы при среднем показателе во всех сферах 32 единицы.

При этом трансформация сельского хозяйства — один из приоритетов государства. Минсельхоз прогнозирует как минимум пятикратный рост рынка IT-решений для агросектора к 2026 году. Таким образом, сегодня сельское хозяйство стоит на пороге изменений, которые приведут к заметному сокращению объема ручных операций.

По оценкам Института стратегических исследований и экономики знаний ВШЭ, цифровая трансформация способна обеспечить дополнительный рост производительности труда в сельском хозяйстве на 15,6% до 2030 года.

Рассмотрим преимущества электронных торговых площадок, предназначенных для фермеров и сельхозпроизводителей:

1. минимизация или полная ликвидация посредников в процессе продажи, что приводит к формированию прямого контакта, а также ведет к снижению итоговой цены;

2. максимизация числа контрагентов, что выгодно для поиска более выгодного поставщика;

3. расширение географии продаж – фермеры получают возможность проводить торговые операции даже с отдаленными регионами;

4. процесс оплаты товаров является безопасным и многовариантным – покупатель и продавец могут договориться об условиях, выбрав наилучший способ, но не формируя для себя чрезмерных рисков.

Отдельно можно выделить уменьшение расходов, связанных с продвижением собственной продукции. Причина заключается в том, что большинство ЭТП предоставляют бесплатные маркетинговые инструменты, что позволяет отказаться от всех или части традиционных. Отметим, что простое наличие продавца на ЭТП – это уже способ рекламирования товаров.

Рассмотрим отрицательные стороны электронных торговых площадок. Ключевым является необходимость получения цифровой грамотности, компетентности, иначе сельскохозяйственный предприниматель в целом не сможет воспользоваться ЭТП или не поймет, как использовать ту или иную функцию торговой площадки. Большинство ЭТП имеют комиссии, следовательно, это отрицательно отражается на итоговой цене продажи. Для тех организаций, которые желают использовать минимальную наценку, это может стать барьером для применения изучаемого инструмента.

Проведя анализ российских специализированных ЭТП для фермеров, было установлено, что их число ежегодно возрастает, однако, данный инструмент не является действительно распространенным среди сельскохозяйственных предпринимателей [1]. При этом стоит констатировать постоянный прирост участников, что происходит как вследствие

непосредственного увеличения количества электронных торговых площадок, так и по причине изменения тенденций на рынке – потребители все чаще желают использовать органически чистые или экологичные товары. На данный момент существуют как узкоспециализированные маркетплейсы, например, «Семена», которые ориентированы либо полностью, либо в большей степени на конкретный вид фермерской продукции, так и универсальные платформы, например, «Свое Родное», где представлены многочисленные сельскохозяйственные товары из всех регионов страны.

Из всех рассмотренных вариантов, можно отдельно выделить те, которые созданы «Россельхозбанком» – «Свое Родное», которое считается лидером ЭТП для сельскохозяйственных производителей. При этом на одной платформе кредитная организация не завершила свою деятельность в сфере – создаются и продвигаются многочисленные иные решения. Часть из них комплексные, так как они являются не только ЭТП для купли-продажи, но и инструментом для получения предпринимателями консультаций, способных улучшить их финансовую и организационную деятельности. Там же выделены меры государственной поддержки и развивающиеся тенденции фермерского рынка. В результате, сельскохозяйственные предприниматели могут не только упростить торговые процессы, но и усовершенствовать другие сферы функционирования компании.

Многие маркетплейсы аграрной направленности в России и мире формируются именно как комплексные системы. Рассмотрим достоинства использования комплексных ЭТП сельскохозяйственными предпринимателями:

1. Получение максимального числа покупателей. Отметим, что речь идет не только о регионах одной страны, но и о экспортных операциях. Все это благоприятно влияет на выручку и прибыль;
2. Уменьшение затрат. Это происходит по причине отказа от крупного числа посредников, от части традиционных маркетинговых инструментов, а также от чрезмерных логистических операций [4];

3. Упрощение купли-продажи. Часто стандартную заявку даже не нужно согласовывать – клиент оплачивает заказ, производитель получает и выполняет его;

4. Получение консультаций и иного информирования. Данный пункт формирует возможность системно улучшить функционирование организации [5].

Как уже было указано, перечень специализированных ЭТП для сельскохозяйственных предпринимателей постоянно увеличивается. Среди наиболее значимых являются:

1. «Свое Родное» - была создана «Россельхозбанком», ее можно считать универсальной, так как ей могут воспользоваться сельскохозяйственные предприниматели любой области Российской Федерации, вне зависимости от конкретного вида производимого товара. Благоприятной особенностью для пользователей является отказ кредитной организации от требования комиссии и иной любой платы за использование ЭТП [2];

2. «Свое фермерство» - является комплексной ЭТП, которая позволяет не только реализовывать фермерские товары, но и получать выгодные кредиты, а также продавать продукцию на маркетплейсах. Дополнительно можно указать, что с платформой сотрудничают крупнейшие ритейлеры России, например, сети «Магнит», «Глобус» и «Лента», следовательно, любая сельскохозяйственная организация потенциально получает возможность стать их контрагентом;

3. «Yorso» - это узкоспециализированная ЭТП, на базе которой происходит продажа рыбы и морепродуктов. Ключевая особенность – ориентация на взаимодействие крупных юридических лиц между собой, что позволяет минимизировать логистические затраты;

4. «LavkaLavka» - позволяет потребителям найти сельскохозяйственных производителей, напрямую общаться с ними. В этом случае наиболее благоприятная особенность – это возможность получить заказ

не только от физических лиц и сетей розничных магазинов, но и от предприятий общественного питания;

5. «Семена» - ЭТП, которая в первую очередь базируется на продаже семян, но позволяет реализовывать и иные виды фермерской продукции. Представлена в виде некоего сервиса объявлений;

6. «7semyan.ru» - комплексная узконаправленная торговая площадка, на которой организации продают семена и саженцы, но при этом участники платформы получают сведения о тенденциях сельскохозяйственного рынка, что формирует возможность трансформировать товар в соответствии с желаниями потребителей;

7. «Seedspot.ru» - специализируется на продаже посадочного материала;

8. «eWorldTrade». Представляет собой международную ЭТП, на которой компании экспортеры находят контрагентов, предназначена только для юридических лиц.

На данный момент российские сельскохозяйственные предприниматели могут выбрать любую из представленных электронных цифровых площадок, с учетом следующих рекомендаций:

1. требуется предварительное изучение целевой аудитории. Особое внимание предлагается уделить виду реализуемых товаров, а также регионам, где ЭТП функционирует;

2. необходимо рассмотреть условия, на которых проходит сотрудничество. Ключевые параметры – уровень комиссии, логистические аспекты, а также требования, выдвигаемые ЭТП к предоставляемым товарам;

3. приоритет – комплексным решениям. Представленные примеры указывают на то, что часть ЭТП информируют пользователя по многим вопросам, позволяют получить консультацию и иные преимущества;

4. уровень доверия к ЭТП. Если пользователи констатируют предоставление исключительно качественных товаров, выполнение всех пунктов правил – это ресурс, которому можно доверять.

До выбора ЭТП любой предприниматель должен быть уверен в достаточности применяемых им цифровых и иных технологий. Отметим, что использование ЭТП вместе с другими технологическими решениями может предоставить синергетический эффект. Так, например, часть ЭТП имеет возможность интеграции с учетными, логистическими, аналитическими и иными системами.

Нельзя не указать, что все чаще ЭТП используют технологию блокчейн. С ее помощью, с одной стороны, происходит минимизация рисков для контрагентов, с другой стороны, у потребителя формируется уверенность в подлинности товаров, что крайне значимо для органических и экологических товаров.

Таким образом, электронные цифровые площадки формируют для фермеров большие возможности. Среди них наиболее значимыми являются – уменьшение расходов и увеличение продаж через расширение их географии. Как и любой инструмент, они имеют недостатки, например, организации нужно выдержать конкурентную борьбу на ЭТП, возможно, придется увеличить степень цифровизации, получить новые знания и так далее. Однако преимущества, особенно перспектива проведения экспортных операций, являются более значимыми, чем недостатки.

### **Список литературы:**

1. Лыкова А.Б., Пчелинцева Н.В., Хохлов А.А. Этические проблемы использования искусственного интеллекта // Наука и Образование. 2024. Т. 7. № 2.
2. Нечаев В. И., Алексеева С. А., Бондаренко Т. Г. Совершенствование инновационной инфраструктуры как основы инновационной привлекательности в отечественном аграрном секторе // АПК: экономика, управление. 2024. № 3. С. 33-45. DOI 10.33305/243-33.
3. Русанова И. Ю. Принципы номинации фермерских хозяйств на маркетплейсе «Свое Родное» // Инновационные решения стратегических задач

агропромышленного комплекса: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию Удмуртского ГАУ. В 3 т., Ижевск, 28 февраля – 05 марта 2023 года. Том 3. Ижевск: Удмуртский государственный аграрный университет. 2023. С. 195-199.

4. Уколова. Н. В., Шиханова Ю. А., Потоцкая Л. Н. Зарубежный опыт применения элементов механизма трансфера технологий в аграрном секторе экономики страны // АПК: экономика, управление. 2023. № 1. С. 110-118. DOI 10.33305/231-110.

5. Факторы инновационного развития фермерских хозяйств в целях повышения эффективности АПК / Н. В. Лясников, Ю. В. Лясникова, М. А. Яхьяев, Ю. А. Романова // Продовольственная политика и безопасность. 2024. Т. 11. № 3. С. 591-606. DOI 10.18334/ppib.11.3.121719.

6. Формирование цифровой торговой площадки аграрных вузов в России / И. Л. Воротников, Л. А. Александрова, О. В. Власова, Е. А. Моренова // Известия Международной академии аграрного образования. 2023. № 66. С. 126-137.

**UDC 004.9**

## **OVERVIEW OF ELECTRONIC TRADING PLATFORMS FOR THE SALE OF FARM PRODUCTS**

**Alexander An. Izmalkov**

student

aleksanderizmalckov@yandex.ru

**Natalia V. Pchelintseva**

senior lecturer

natas79@mail.ru

**Oleg V. Averkov**

assistant

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

**Annotation.** The article provides an overview of the leading electronic trading platforms, analyzes their key features, advantages and disadvantages.

**Keywords:** digitalization, electronic digital platforms, agriculture, sales.

Статья поступила в редакцию 10.05.2025; одобрена после рецензирования 20.06.2025; принята к публикации 30.06.2025.

The article was submitted 10.05.2025; approved after reviewing 20.06.2025; accepted for publication 30.06.2025.