

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО АГРАРНОГО БИЗНЕСА

Зозуля Л. Н., аспирант,
Мелитопольский государственный университет,
г. Мелитополь, Россия

Аннотация. В статье оценены возможности использования инструментов электронной коммерции в процессе реализации сельскохозяйственной продукции субъектами малого бизнеса и малыми формами хозяйствования. Предложено использование электронных торговых площадок для упрощения и ускорения торговых сделок.

Ключевые слова: электронная коммерция, торговые площадки, малый аграрный бизнес.

Одной из наибольших проблем, с которыми сталкиваются субъекты малого бизнеса аграрного сектора является сложность реализации произведенной продукции. Специфика сельскохозяйственной продукции заключается в необходимости быстрых продаж. Но по причине различных факторов не всегда такая возможность существует.

За последние несколько десятилетий развитие электронной коммерции в мире под влиянием глобализационных тенденций достигло высокого уровня. Покупка потребительских товаров через интернет стала нормой для основной части населения во многих странах мира. Темпы развития электронной торговли безусловно положительно влияют на экономику стран, способствуя развитию и легализации бизнеса. Что касается России, то в условиях отечественной экономики также активно развивается торговля через интернет, активно развиваются рынки b2c, c2c. Однако, сельскохозяйственная продукция традиционно реализуется в большей степени без использования торговых площадок [3].

Цифровизация сельского хозяйства является приоритетом развития данной отрасли экономики. Но в направлении развития торговых площадок, направленных на содействие реализации сельскохозяйственной продукции малого бизнеса, малых форм хозяйствования на сегодняшний день со стороны государства регулирующих воздействий не наблюдается [1].

Безусловно, приоритетом государственного развития любой отрасли экономики является наращивание экспортного потенциала. Поддержка крупного бизнеса быстрее окажет положительное влияние на показатели экономического роста уровня государства. Но в отличие от многих других отраслей, развитие малого бизнеса в аграрной сфере является предпосылкой достижения продовольственной безопасности государства.

Одной из многочисленных проблем, с которыми сталкиваются производители сельскохозяйственной продукции является проблема реализации продукции. Для многих видов аграрной продукции характерна ограниченность сроков реализации. Во многих регионах реализация сельскохозяйственной продукции происходит стихийно без каких-либо вспомогательных или контролирующих мероприятий. Простые схемы реализации продукции (производитель-потребитель, производитель-оптовый торговец и т. п.), не всегда создают возможность реализации продукции на выгодных для производителя условиях, кроме того, почти все операции такого характера происходят в тени, без документального сопровождения. Создание и масштабирование торговых площадок, направленных на помощь субъектам малого бизнеса и малым формам хозяйствования, является реальным инструментом управления торговыми отношениями и фактором развития малого аграрного производства, стимулирования экономической активности населения в сельской местности (рис.1).

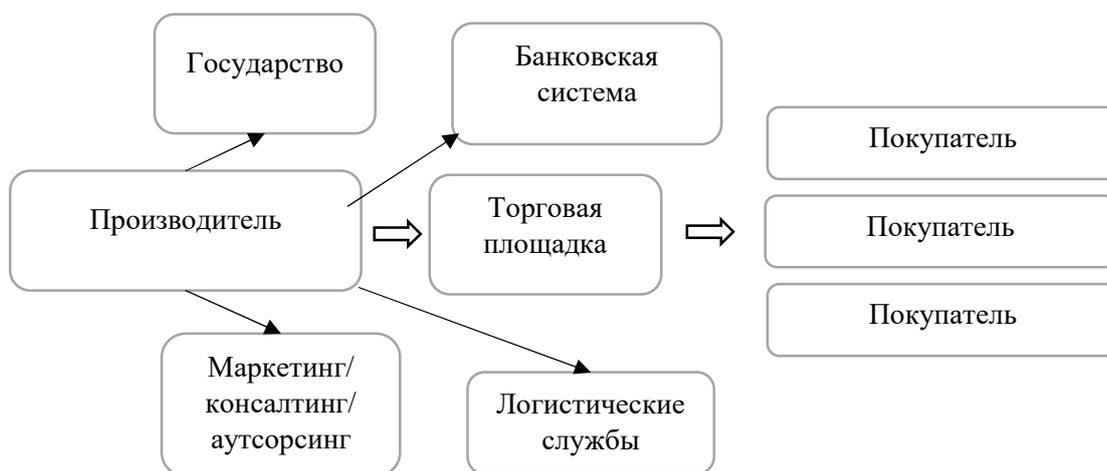


Рис. 1. Схема взаимодействия экономических субъектов в условиях использования торговых площадок

Использование торговых площадок для осуществления торговых операций имеет ряд преимуществ для субъектов малого бизнеса и для экономики региона и государства в целом:

- создается конкурентная среда, положительно влияющая на ценообразование.

В реальности малые производители часто сталкиваются с отсутствием приемлемых ценовых предложений на рынке или с отсутствием покупателей в целом. Электронная торговля создает возможность привлечения большего количества заинтересованных потенциальных покупателей, что положительно влияет на торговые отношения.

- все участники торговых отношений, желающие стать покупателями и продавцами на торговых площадках обязаны легально вести свою деятельность. Таким образом, у всех участников возникают обязательства по уплате налогов, что позволяет снизить уровень теневой экономики и повысить показатели доходной части регионального и государственного бюджетов.

- в экономические отношения, возникающие между экономическими субъектами на торговых площадках, вовлекаются дополнительно другие субъекты. К таким косвенным участникам относятся коммерческие банки, маркетинговые, консалтинговые и прочие службы и агентства, логистические службы. Данный факт также способствует развитию экономики региона и

государства в целом.

Положительный эффект, создаваемый применением электронных торговых площадок для малых производителей аграрного сектора возможен в случае создания благоприятных условий для развития электронной коммерции в данной сфере. А именно:

- создание электронных площадок и вовлечение в электронную торговлю большего количества участников. Для достижения вовлеченности большего количества субъектов в торговлю посредством электронной коммерции необходимо повышать уровень цифровизации и образованности населения, а также создавать дополнительные приложения и информационные ресурсы в помощь широкому кругу возможных заинтересованных лиц.
- развитие региональной логистической инфраструктуры для обеспечения временного хранения сельскохозяйственной продукции. Логистическая инфраструктура является неотъемлемым элементом системы сбыта продукции. Создание хранилищ, складов, холодильников и других объектов инфраструктуры, необходимых для способствования сбыту продукции субъектов малого бизнеса может быть реализовано как за счет средств региональных бюджетов, так и за счет средств коммерческих компаний.
- развитие сбытовой кооперации среди фермеров и других субъектов малого бизнеса региона на аграрном рынке. Одним из наиболее успешных примеров развития сбытовой кооперации в мире является пример Индии. Благодаря развитию сбытовой кооперации в сельском хозяйстве, экономика Индии достигла лидерских позиций в мире по производству молока (около четверти мирового производства молока)[2].

Развитие электронной коммерции может стать фактором оптимизации процесса сбыта сельскохозяйственной продукции субъектов малого бизнеса и малых форм хозяйствования в аграрной сфере. Для достижения положительного эффекта от внедрения электронных торговых площадок необходимо повышать уровень цифровизации экономических процессов и уровень образованности населения в данных вопросах. Важным фактором

также является улучшение логистической инфраструктуры и стимулирование сбытовой кооперации.

Публикация выполнена в рамках научной темы: FRRS-2023-0033
Формирование социально-экономических условий эффективного развития малых форм хозяйственной деятельности региона.

Литература

1. Доклад «О состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2023 гг.» [Электронный ресурс] // Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации – Режим доступа: https://economy.gov.ru/material/file/flc2180f1319ea2480ac174fa780a37b/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rf_i_merah_po_ego_razvitiyu_za_2019_2023_gg.pdf (дата обращения 25.11.2024)

2. Котомина Н. А. Сельскохозяйственная кооперация в Индии: роль государства и современные вызовы [Электронный ресурс] / Котомина Н. А. // Международный научно-практический журнал «Агропродовольственная экономика». – Режим доступа: <http://apej.ru/article/05-11-18> (дата обращения 25.11.2024)

3. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2024. [Электронный ресурс] // Ресурс DataInsight. – Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2023 (дата обращения 25.11.2024)