

Научная статья

Original article

УДК 338.433

DOI 10.55186/25876740_2023_7_6_21

**АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КАНАЛОВ РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОЙ
ПРОДУКЦИИ В РОССИИ**

**ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CHANNELS FOR SALES OF ORGANIC
PRODUCTS IN RUSSIA**



Павлов Александр Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и управления, ФГБОУ ВО Пензенский государственный технологический университет, E-mail: crsk@mail.ru

Киндаев Александр Юрьевич, кандидат технических наук, заведующий сектором научной аттестации, ФГБОУ ВО Пензенский государственный технологический университет, E-mail: ale-kindaev@yandex.ru

Кудашева Мария Семеновна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры автоматизации и управления, ФГБОУ ВО Пензенский государственный технологический университет, E-mail: msi1958.20@mail.ru

Pavlov Alexander Yurievich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management, Penza State Technological University, E-mail: crsk@mail.ru

Kindaev Alexander Yurievich, Candidate of Technical Sciences, Head of the Scientific Certification Sector, Penza State Technological University, E-mail: ale-kindaev@yandex.ru

Kudasheva Maria Semyonovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Automation and Control, Penza State Technological University, E-mail: E-mail: msi1958.20@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам эффективности производства и реализации органической продукции. На примере выращивания ярового гороха, проведено сравнение хозяйства работающего по традиционным технологиям с организацией, перешедшей на органическое сельское хозяйство. Выявлено, что традиционная технология позволяет получить более высокую урожайность и соответственно больший объем реализации, но доход от продажи продукции выше при производстве органики. Это обусловлено более высокими ценами реализации органической продукции, что требует доступа к соответствующим сбытовым каналам. В качестве основной особенности рынка сбыта выступает высокая географическая концентрация потребителей и превышение средней цены органической продукции над традиционной в 1,5-8,5 раз. В связи с этим, более 70% общего объема продаж приходится на Москву и Санкт-Петербург. Органическая продукция в основном реализуется через торговые сети, специализированные магазины, принадлежащие производителям и интернет-магазины, которые в рамках цифровизации получают интенсивное развитие. В качестве наиболее перспективного канала реализации для фермерских хозяйств, предложено создание потребительских кооперативов сбытовой направленности.

Abstract. The article is devoted to the issues of efficiency of production and sales of organic products. Using the example of growing spring peas, a comparison was made of a farm working using traditional technologies with an organization that switched to organic agriculture. It was revealed that traditional technology makes it possible to obtain higher yields and, accordingly, greater sales volumes, but the income from the sale of products is higher in the production of organic matter. This is due to higher selling prices for organic products, which requires access to appropriate distribution channels. The main feature of the sales market is the high geographic concentration of consumers and the average price of organic products exceeding traditional ones by 1.5-

8.5 times. In this regard, more than 70% of total sales come from Moscow and St. Petersburg. Organic products are mainly sold through retail chains, specialized stores owned by manufacturers and online stores, which are undergoing intensive development as part of digitalization. The creation of consumer marketing cooperatives has been proposed as the most promising sales channel for farms.

Ключевые слова: *органическая продукция, сравнительная эффективность, каналы реализации, интернет-магазины, ценовая дифференциация*

Keywords: *organic products, comparative effectiveness, sales channels, online stores, price differentiation*

Введение.

В последнее время наблюдается интенсивное развитие мирового рынка органической продовольственной продукции, прогнозируется, что к 2025 году объем продаж может превысить 250 млрд. долларов в год, а площадь земель, используемых под органическое растениеводство, составит более 30 млн. гектаров. Вместе с тем, объем российского рынка органической продукции остается небольшим и по оценкам Национального органического союза составляет порядка 200 млн. евро. Кроме того, на долю отечественного органического продовольствия приходится всего 20%. Ведением органического сельского хозяйства в России занимается менее 1% от общего числа товаропроизводителей. Доля России на мировом рынке органики крайне мала – 0,15%, несмотря на значительные площади свободной пашни, потенциально пригодной для такого производства.

В соответствии с Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации «Производство безопасной сельскохозяйственной продукции и продовольствия является приоритетным направлением государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности страны» [1].

Тем не менее, распространение практики ведения органического сельского хозяйства характеризуется крайней неравномерностью и может сдерживаться

организационными, технологическими факторами, сложностью процессов сбыта продукции, дифференциацией урожайности при использовании традиционной и органической модели хозяйства, что требует проведения дальнейших научных исследований.

Материалы и методы исследования.

Наиболее показательным стал многолетний опыт Корнуэльского университета по сравнению результатов урожайности и затрат между органическим и традиционным сельским хозяйством.

При возделывании зерновых культур, первые 4 года урожайность на органических полях была ниже, однако в дальнейшем сравнялась и даже превысила урожаи на традиционных полях, благодаря отсутствию эрозии и улучшению состава почвы. Вместе с тем, трудозатраты на производство органической продукции были на 15% больше, чем при использовании традиционной технологии сельского хозяйства [2].

Как показывает анализ большинства западных источников, проведенный В.М. Прижуковым, урожаи в альтернативных хозяйствах всегда были ниже. Уменьшение урожайности злаковых составляло от 7 до 57% , картофеля – 1-61%, сахарной свёклы – 13-15%, фруктов – 42-69% [3].

В России опыт органического возделывания сельскохозяйственных культур пока еще незначителен, но есть возможности сравнения хозяйств работающих по традиционным технологиям и тех, кто решил перейти на органическое сельское хозяйство. Используя сравнительный метод в таблице 1 приведены затраты (по состоянию на 2020 год) на приобретение препаратов для предпосевного протравливания, удобрения, гербициды и средства защиты растений от вредителей в ООО «Дубовицкое» (Орловская область) и ООО «Агро» (Томская область), занимающихся выращиванием ярового гороха на зерно [4].

Таблица 1 – Затраты на выращивание ярового гороха по традиционной и органической технологии

	Предпосевное протравливание семян (весовая норма 345 кг/га)		Минеральные удобрения	Гербициды	Защита растений от вредителей		
	<i>Биопрепарат «Фунгифорс»</i>	<i>Фунгицидный протравитель</i>	<i>Интермаг</i>	<i>Гермес</i>	<i>Фунгицид «Титул»</i>	<i>Инсектицид «Фаскорд»</i>	<i>Биопрепарат «Инсектибав»</i>

		«Скарлет»			390»		(3 обработки)
	Биоприлипатель «Липосам»	Биостимулятор «Старт»	Ультрамаг		«Титул Дуо»	«Кинфос»	
Выращивание по традиционной технологии (ООО «Дубовицкое»)	207 руб./т.	1600 руб./т. 400 руб./т.	900 руб./га. 850 руб./га.	4700 руб./га.	1300 руб./га. 1500 руб./га.	180 руб./га. 540 руб./га.	
Выращивание по органической технологии (ООО «Агро»)	864 руб./т. 43 руб./т.						1575 руб./га.

Как видно из таблицы, основное преимущество органического сельского хозяйства состоит в его дружелюбности экосистеме благодаря отсутствию применения химических фунгицидов инсектицидов и гербицидов, а также минеральных удобрений. Применение технологии выращивания и заправки сидеральных культур, цеолитов, навоза, позволяет предотвратить эрозию почв, способствует сохранению и росту гумуса и позволяет экономить средства на отсутствии химизации.

В результате проведенных расчетов, отраженных в таблице 2, можно сделать вывод, что выращивание ярового гороха по традиционной технологии позволяет получить более высокую урожайность и соответственно больший объем реализации, чем по органической технологии. Вместе с тем, доход от продажи продукции на 1 тонну за вычетом затрат, на 15,7% выше у хозяйства выбравшего органическую технологию, благодаря более высокой цене реализации и более низким затратам на протравливание, удобрения, гербициды и защиту растений.

Таким образом, на примере ООО «Агро» мы видим, что в России есть практический опыт эффективного выращивания органической сельскохозяйственной продукции, без применения синтетических удобрений и химикатов.

Таблица 2 – Финансовые результаты от реализации ярового гороха, выращенного по традиционной и органической технологии

	Сравнительная площадь посева	Вывоз с поля, тонн	Вывоз на склад после	Средняя цена реализации 1 т., тыс.	Выручка, тыс. руб.	Затраты на протравливание, удобрения, гербициды,	Доходы на 1 т. за вычетом затрат, тыс. руб.

			сушки, тонн	руб.		защиту растений, тыс. руб.	
Выращивание по традиционной технологии (ООО «Дубовицкое»)	600	3097,85	2785,25	12,0	33423,0	6396,0	27027
Выращивание по органической технологии (ООО «Агро»)	600	2000,32	1800,29	18,0	32405,2	1132,8	31272,4

Однако, получение более высокой прибыли обусловлено более высокими ценами реализации органической продукции, что требует доступа к соответствующим сбытовым каналам. А такой доступ не всегда возможен.

Тенденции развития российского рынка органики аналогичны западному, где основная часть продукции реализуется через супермаркеты и специализированные магазины (таблица 3).

Таблица 3 – Каналы сбыта органической продукции за рубежом [5]

Страна	Доля продаж по различным каналам реализации, %				
	Супермаркеты	Органические супермаркеты	Специализированные магазины	Прямые продажи производителей	Другие каналы (общепит, интернет-магазины)
Дания	90	-	4	6	-
Франция	45	26	12	12	5
Италия	86,5	-	13,5	-	-
Великобритания	72,3	-	15	2,8	9,9
США	54		39		7

Как видно из таблицы 3, основным каналом сбыта органической продукции в европейских странах и США выступают супермаркеты, доля которых колеблется от 45 до 90%. Во Франции 12% продаж приходится на прямые каналы реализации в фермерских магазинах и на рынках. Великобритания выступает в качестве лидера по реализации органической продукции интернет-магазины (9,9%).

Результаты и обсуждение.

В России органическая продукция в основном реализуется через торговые сети и специализированные магазины, расположенные преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге и дублирующиеся как интернет-магазины. На текущий момент уже существует несколько производственно-сбытовых систем,

принадлежащих крупным агрохолдингам. Компанией «Агранта», которой принадлежит сельскохозяйственный производитель «АгриВолга» (бренд «Угличе поле»), была создана сеть специализированных магазинов «Органик маркет». Агрохолдинг «Аривера», включающий компании «Биосфера» и «Биоферма Болотово», владеет сетью магазинов органики «Биостория». В 2019 г. в Москве и Подмосковье было открыто несколько точек продаж органической продукции под маркой «М2 Органик Клуб», где реализуется продукция «Фермы М2 Шульгино».

В целом розничные каналы реализации органического продовольствия можно классифицировать по следующим направлениям:

1) супермаркеты в которых органические продукты размещаются рядом с продуктами для здорового питания и фермерскими продуктами («Азбука вкуса», «Глобусгурмэ»);

2) продуктовые магазины, функционирующие на основе концепции здорового образа жизни («Город-сад», «LavkaLavka»), в которых нет значительных различий между экологически чистой, органической и просто «натуральной» продукцией;

3) специализированные магазины органических продуктов, в которых представлены сертифицированные товары с маркой «органик» («Органик маркет», «Биостория»).

4) фирменные интернет-магазины производителей («Биостория», «Аривера»), и мультибрендовые интернет-магазины, реализующие различные виды продукции, в том числе произведенной за рубежом («ОрганикМаркет», «Рожь да Лен») [7].

В качестве основной особенности рынка сбыта органической продукции следует отметить высокую географическую концентрацию потребителей. Более 70% общего объема продаж приходится на Москву и Санкт-Петербург. Это связано с тем, что покупательная способность населения в крупных мегаполисах значительно выше, поскольку органическая продукция дороже, чем традиционная [6].

Кроме того, территориальная локализация продаж обусловлена ограниченными сроками хранения молочных и мясных продуктов, что не позволяет перевозить их на большие расстояния.

Розничные каналы реализации органической продукции сталкиваются со следующими проблемами:

1) ограниченный ассортимент продуктов, производимых с использованием органических технологий и имеющих сертификат «органик»;

2) высокая цена органических продуктов, негативно влияющая на спрос со стороны потенциальных потребителей;

3) нерегулярные поставки продукции из-за ограниченности существующей производственной мощности;

4) высокие требования к хранению органических продуктов.

Кроме того, в России не сформирован классический канал продаж органической продукции через фермерские магазины, как например в Германии. Несмотря на то, что на некоторых фермах существуют торговые места на своих площадях, они могут продавать только часть своей продукции, остальное через посреднический ритейл.

Наиболее доступными являются продукты представленные в гипермаркетах «Азбука Вкуса», «Глобус Гурме», а также «Ашан». В других сетях также начали появляться полки с «зеленой» продукцией и здоровым питанием, поскольку 80 % российских потребителей покупают органическую продукцию по причинам, связанным со здоровьем.

В связи с массовой цифровизацией экономики и возможностями снижения торговой наценки наиболее интенсивное развитие получает интернет-торговля органической продукцией. В Москве на данный канал реализации приходится уже более 10% от общих продаж. В таблице 4 проведен анализ соотношения цен на органическую продукцию в различных интернет-магазинах и их сравнение со средней ценой на традиционные продукты по данным Росстат по состоянию на октябрь 2022 года.

Таблица 4 – Сравнительный анализ цен на органические продукты в интернет-магазинах и традиционные продукты в рознице

Продукты	Торговая марка (производитель)	Цена на органические продукты в специализированных интернет-магазинах, руб.				Средние цены на традиционные продукты по данным Росстат, руб.			Превышение средней цены органической продукции над традиционной, раз
		ОрганикМаркет https://organicmarket.ru/	Рожь да Лен https://rozhdalen.ru/	Organic Shop https://myorganicshop.ru/	OGOROD https://ogorod-shop.ru/	Россия	Москва	Санкт-Петербург	
Молоко и молочные продукты									
Молоко коровье цельное, 3,2% и выше, 1 л.	Учлече Поле	189		194		98	100	105	1,8 – 3
	Экоферма Рябинки		295						
	История в Богимово		205	210					
	Ферма М2			237					
Кефир, 3,2% и выше, 1 л.	Учлече Поле	184		178		100	109	99	1,6 – 6,2
	Экоферма Рябинки		620						
	История в Богимово		420	480					
	Ферма М2			301					
Творог, 9%, 1 кг.	Учлече Поле	945	950	760		413	466	476	1,6 – 2,8
	Экоферма Рябинки		1800						
	История в Богимово		880	1144					
	Ферма М2		775	1010	985				
Сметана, 20-25%, 1 кг.	Учлече Поле	756	760	588		282	326	263	1,8 – 5,4
	История в Богимово		1409	1400					
	Ферма М2		955	1255	1350				
Масло сливочное, 82,5%, 1 кг.	Учлече Поле	1970			1975	839	1108	1024	1,4 – 4,2
	Экоферма Рябинки		3513						
	История в Богимово		2800	2765					
	Ферма М2		1525	1985	1925				
Сыр полутвердый Качотта, 1 кг.	Учлече Поле	2190				753	951	713	1,6 – 4,3
	Экоферма Рябинки		3050						
	История в Богимово		2350	2240	2610				
	Ферма М2		1160	1512	2048				
Мясо, птица, яйца									
Говядина без кости, 1 кг.	Учлече Поле	1340	1340	1618		660	750	664	1,8 – 2,5
	Экоферма Рябинки		1400						
	Ферма М2		1590						
Баранина без кости, 1 кг.	Учлече Поле	2040				750	836	732	2,1 – 3,7
	Ферма М2		2380	1880	1750				
	КФХ «Новая Русса»		2700						
Курица тушка, 1 кг.	Экоферма Рябинки		1500			182	201	177	3,4 – 8,5
	Ферма М2		690	932					
	КФХ «Новая Русса»		880	795					
Яйцо куриное, 10 шт.	Экоферма Рябинки		450			79	94	88	2,9 – 5,7
	Ферма М2		300	315	360				
	КФХ «Новая Русса»		270	290					
Крупы, мука									
Гречка, 1 кг.	ГК «Аривера»	355		332	517	128	153	137	2,2 - 4
	ООО «Черный хлеб»				792				
Рис, 1 кг	ГК «Аривера»	376		376		113	151	130	2,5 – 3,3
Мука пшеничная в/с, 1 кг.	ГК «Аривера»	163		170	200	53	60	59	2,7 – 3,8
	ООО «Черный хлеб»			182					
Мед цветочный									
Мед цветочный пчелиный, 1 кг.	ГК «Аривера»	2036	1325			517	612	503	1,7 – 4,0
	Ферма М2			1485					
	Ягоды Карелии			1062					
Овощи, зелень, бахчевые, ягоды									

Лук репчатый, 1 кг.	Экоферма Рябинки	240				29	33	33	4,5 – 8,3
	Ферма М2	220							
	Одна органика	150							
	АО «Агронова»		160	180					
Огурцы, 1 кг.	Экоферма Рябинки	890				102	104	102	3,9 – 8,5
	Ферма М2	450	410						
	БиоГория	380							
Морковь, 1 кг.	Органическая ферма «Веси»		130			33	36	36	2,9 – 3,9
	АО «Агронова»		105	122					
Петрушка, укроп 100 гр.	Экоферма Рябинки	150				62,5	85	87	1,4 – 2,4
	Ферма М2	120							
Смородина, 100 гр.	Ферма М2	200				48,8	59	51	3 – 4,1
	Ягоды Карелии	180							

Источник: составлено авторами по информации сайтов интернет-магазинов и данным Росстат

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1) в ассортименте специализированных интернет-магазинов органической продукции преобладают молоко и молочные продукты, мясо, крупы, мука, мед цветочный, овощи, зелень, бахчевые, при этом продукция представлена несколькими торговыми марками: «Учлече Поле», «Экоферма Рябинки», «История в Богимово», «Ферма М2», ГК «Аривера»;

2) цена на один и тот же продукт между различными интернет-магазинами может значительно отличаться, разница может достигать до 50% от стоимости;

3) превышение средней цены органической продукции над традиционной составляет от 1,4 раза на сливочное масло и зелень до 8,5 раз на мясо курицы и свежие огурцы.

Вместе с тем, для небольших фермерских производителей органической продукции доступность как розничных сетей, так и интернет-магазинов остается на низком уровне. Решение данной проблемы может осуществляться за счет их объединения в потребительские кооперативы сбытовой направленности, которые возьмут на себя функцию посредника при сертификации входящих в кооператив хозяйств и формирования партий продукции для реализации.

Подобный путь был выбран в Краснодарском крае, где создан сельскохозяйственный потребительский перерабатывающее-сбытовой кооператив (СППСК) «Союз органических фермеров Кубани», в который входят сертифицированные органические хозяйства. Кооператив имеет отдельную полку

органической продукции в торговой сети «Табрис», охватывающей Краснодар, Новороссийск, Сочи и Анапу.

Заключение.

Благодаря развитию сбытовой инфраструктуры российский рынок органической продукции продолжает расти. «Зеленые» технологии внедряются производителями уже не стихийно, а осознанно. В 2005 году в России было сертифицировано по органическим стандартам 4 тыс. га земель, а в 2021 уже 655,5 тыс. га.

По данным Союза органического земледелия, в России более 48 млн. га. сельскохозяйственных земель, которые не используются более 3 лет. Это значит, что они могут быть включены в производство органической продукции, поскольку агрохимия на них давно не применялась. В результате повысится эффективность использования сельских территорий, занятость населения и бюджетная обеспеченность муниципалитетов. А отсутствие вредных веществ в органических продуктах, будет способствовать укреплению здоровья нации.

Благодарность.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20515, <https://rscf.ru/project/22-28-20515> на базе Пензенского государственного технологического университета.

Литература

1. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. Указ Президента Российской Федерации №20-ФЗ от 21.01.2020 г. /СЗ РФ 2020, №4, ст.345.
2. Lang, Susan S. Organic farming produces same corn and soybean yields as conventional farms, but consumes less energy and no pesticides, study finds [Electronic source] / Susan S. Lang. - 13.06.2005. - URL: <http://www.news.cornell.edu/stories/July05/organic.farm.vs.other.ssl.html>
3. Прижуков, Ф.Б. Агрономические аспекты альтернативного земледелия. Обзорная информация / Ф.Б. Прижуков. - М.: Всесоюзный НИИ информации и технико-эк. иссл. АПК, 1989. - 50 с.

4. Для органического земледелия важна эффективность биозащиты и питания / Агропромышленный интернет-портал Agroday.ru. – URL: https://agroday.ru/articles/dlja_organicheskogo_zemledelija_vazhna_yffektivnost_bioza_shity_i_pitanija/

5. Егоров А.Ю. Формирование и развитие рынка органической агропродовольственной продукции (на примере ЦФО): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М.: ГНУ «Всероссийский институт аграрных проблем и информатики им. А.А. Никонова», 2014. – 224 с.

6. Мироненко, О. В. Органический рынок в мире и России 2021 / Национальный органический союз – 2021. – Режим доступа: <https://rosorganic.ru/projects/>

7. Митусова Ю., Буйволова А. Развитие органического сельского хозяйства в России / Евразийский центр по продовольственной безопасности, 2017, 22 с. – Режим доступа: <https://istina.msu.ru/download/93429559/1f13um:0T9DJGBwWON1F47gajW9KOtjJI/>

References

1. Doctrine of food security of the Russian Federation. Decree of the President of the Russian Federation No. 20-FZ of January 21, 2020 / SZ RF 2020, No. 4, Art. 345.

2. Lang, Susan S. Organic farming produces the same corn and soybean yields as conventional farms, but consumes less energy and no pesticides, study finds [Electronic source] / Susan S. Lang. - 06/13/2005. - URL: <http://www.news.cornell.edu/stories/July05/organic.farm.vs.other.ssl.html>

3. Prizhukov, F.B. Agronomic aspects of alternative farming. Review information / F.B. Prizhukov. - М.: All-Union Research Institute of Information and Technology. research APK, 1989. - 50 p.

4. Efficiency of bioprotection and nutrition is important for organic farming / Agroindustrial Internet portal Agroday.ru. – URL: https://agroday.ru/articles/dlja_organicheskogo_zemledelija_vazhna_yffektivnost_bioza_shity_i_pitanija/

5. Egorov A.Yu. Formation and development of the market for organic agri-food products (using the example of the Central Federal District): dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences. – M.: State Scientific Institution “All-Russian Institute of Agrarian Problems and Informatics named after. A.A. Nikonova”, 2014. – 224 p.

6. Mironenko, O. V. Organic market in the world and Russia 2021 / National Organic Union - 2021. - Access mode: <https://rosorganic.ru/projects/>

7. Mitusova Yu., Buivolova A. Development of organic agriculture in Russia / Eurasian Center for Food Security, 2017, 22 p. – Access mode: <https://istina.msu.ru/download/93429559/1f13um:0T9DJGBwWON1F47gajW9KOtjJI/>

© Павлов А.Ю., Киндаев А.Ю., Кудашева М.С., 2023. International agricultural journal, 2023, № 6, 2221-2233.

Для цитирования: Павлов А.Ю., Киндаев А.Ю., Кудашева М.С. Анализ развития каналов реализации органической продукции в России// International agricultural journal. 2023. № 6, 2221-2233.