

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –  
МСХА ИМЕНИ К.А. ТИМИРЯЗЕВА»

УДК 338: 635.439.65

На правах рукописи

**РОМАНЕНКО ЮЛИЯ ДМИТРИЕВНА**

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ  
(НА МАТЕРИАЛАХ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(1. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,  
комплексами – 1.2. АПК и сельское хозяйство)

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Научный руководитель:  
доктор экономических наук, доцент  
Чутчева Юлия Васильевна

Москва – 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА .....	13
1.1 Сущность и элементы организационно-экономического механизма.....	13
1.2 Экономические аспекты взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.....	22
1.3 Направления совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.....	35
2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	47
2.1 Анализ производства овощной продукции .....	47
2.2 Анализ потребителей овощной продукции.....	67
2.3 Приоритетные направления по вовлечению малых форм хозяйствования в общую систему товародвижения овощной продукции .....	80
3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	93
3.1 Единые пункты, как элемент паритетного взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.....	93
3.2 Характеристика проекта оптово – распределительного центра с Едиными пунктами работы с производителями.....	110
3.3 Эффективность проекта с оценкой резерва дохода малых форм хозяйствования.....	119
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	143
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	147
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	171

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Овощеводство Московской области является одним из приоритетных направлений развития аграрного производства. Московская область занимает первое место в Центральном федеральном округе по объему производства овощей (за 2016 г. объем валового сбора овощей составил 611,4 тыс.т). По производству овощей всех видов (открытый и защищенный грунт) Московская область заняла 5-е место среди российских регионов, в том числе по сборам овощей открытого грунта – 5-е место, тепличных овощей – 7-е место.

Развитие отрасли овощеводства нацелено на решение не только экономических, но и социальных вопросов. Овощи занимают в структуре потребительской корзины населения Московской области третье место после хлебобулочных изделий и картофеля. Овощная продукция – источник витаминов, обеспечивающий полнорационное питание человека, способствующий повышению продолжительности жизни, профилактике различных заболеваний. Повышение экономической эффективности функционирования отрасли способствует развитию сельских территорий, созданию дополнительных рабочих мест, решению проблем урбанизации.

В современных условиях отрасль овощеводства и организационно-экономическое взаимодействие производителей и потребителей овощной продукции Московской области претерпевают изменения. Следствием происходящих изменений является снижение конкурентоспособности отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, наблюдаются диспропорции в затратах и конечных результатах деятельности хозяйствующих субъектов не только в сфере производства, но и переработки, реализации продукции.

Развитие взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции предполагает повышение уровня вовлеченности малых форм хозяйствования в товарооборот овощной продукции. Реализация этого

формирует потребность и актуальность в проведении дополнительного исследования социально-экономических факторов, оказывающих значительное влияние на производство и потребление овощной продукции Московской области.

Совершенствование структуры оптово-распределительных центров для реализации сельскохозяйственной продукции, как элемента организационно-экономического механизма, направлено на вовлечение малых форм хозяйствования в товарооборот овощной продукции на паритетных условиях. Существующая структура товародвижения овощной продукции не в полной мере способствует развитию отечественного сельского хозяйства и решению вопросов по обеспечению населения качественной овощной продукцией. Крупные розничные сети не заинтересованы в сотрудничестве с представителями малого и среднего бизнеса, поскольку для обеспечения круглогодичных продаж свежих овощей производители должны следовать условиям договора, который обычно заключается на 11 месяцев и предусматривает стабильный ежемесячный объем поставок в магазины. Поскольку малый и средний бизнес не в состоянии обеспечить стабильность объемов поставок, розничные сети делают выбор в пользу крупных товаропроизводителей, импортеров.

Совершенствование организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, с учетом комплексного изучения его элементов, способствует активному вовлечению товаропроизводителей малых форм хозяйствования в общий товарооборот. Изучение данных вопросов формирует актуальность и своевременность диссертационного исследования.

**Степень разработанности темы исследования.** Исследованиями организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции занимались многие отечественные и зарубежные ученые, работы которых являются теоретической и методической основой для анализа и прогнозирования тенденций развития рынка овощной

продукции, формирования системы конкурентоспособного товародвижения для всех форм ведения хозяйственной деятельности, построения эффективного организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, обеспечивающего паритетность и равновыгодные условия для всех его субъектов.

Проблемы взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, эффективного функционирования продовольственного рынка, в том числе в условиях глобализации, отражаются в работах: Н.Д. Аварского, Ю.И. Агирбова, В.П. Алферьева, Н.А. Борхунова, Р.С. Гайсина, А.П. Зинченко, В.А. Ключака, П.В. Михайлушкина, В.И. Нечаева, А.Г. Папцова, А.Ф. Разина, И.С. Санду, Н.М. Светлова, Е.А. Силко.

Вопросами развития экономических аспектов функционирования аграрного производства занимались такие ученые, как В.Т. Водяников, А.В. Голубев, Н.Я. Коваленко, В.М. Кошелев, С.С. Литвинов, В.З. Мазлов, Е.В. Худякова, О.Б. Черненко, Ю.В. Чутчева, Я.С. Ядгаров.

Значительный вклад в изучение теории экономических механизмов внесли такие ученые, как Л.И. Абалкин, А.И. Алтухов, А.Ю. Чаленко О.А. Родионова, А.В. Ткач, И.Г. Ушачев.

Необходимость дополнительного изучения направлений совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции определила актуальность темы диссертационного исследования, постановку цели и задач настоящего исследования.

Рабочая гипотеза исследования основана на предположении, что внесение изменений в функционирование организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции путем создания паритетных условий для каждого участника, способствует вовлечению отечественных производителей малых форм хозяйствования в общую систему товародвижения овощной продукции.

**Целью** исследования является разработка теоретических и практических положений по совершенствованию организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции Московской области.

Для достижения поставленной цели исследования были сформулированы и решены следующие **задачи**:

- дополнена сущность, экономическое содержание и особенности организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощей;

- проведен анализ современного состояния и условий функционирования производителей и потребителей овощной продукции в Московской области;

- рассмотрены организационно-экономические факторы, оказывающие наибольшее влияние на взаимодействие производителей и потребителей овощной продукции Московской области;

- обоснованы направления совершенствования отдельных элементов организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции Московской области;

- предложен и обоснован проект оптово-распределительного центра с усовершенствованной структурой, интегрирующей в себя всех участников рынка, в том числе малые формы хозяйствования, в рамках организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в процессе функционирования производителей и потребителей овощной продукции Московской области.

Объектом исследования являются производители и потребители овощной продукции Московской области.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в уточнении теоретико-методических положений и разработке практических рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического

механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции Московской области.

К элементам научного вклада относятся следующие теоретические и практические результаты:

- уточнена сущность организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции. В отличие от других исследователей автор характеризует организационно-экономический механизм взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, как важнейший инструмент в решении вопросов импортозамещения, повышения уровня самообеспечения населения продукцией отечественного производства с учетом формирования паритетных условий ведения агробизнеса для всех субъектов организационно-экономического механизма;

- выявлены на основе проведенного анкетирования и систематизированы факторы, препятствующие функционированию малых форм хозяйствования в общей системе товародвижения на паритетных условиях, важнейшими из них являются закупочная цена, транспортные расходы на доставку продукции, стабильность объемов поставок, продукция, качество и безопасность которой подтверждена установленной документацией;

- обоснованы предложения по вовлечению малых форм хозяйствования в общую систему товародвижения овощной продукции Московской области, основанные на прогнозных расчетах производственного потенциала сельхозтоваропроизводителей, с целью повышения самообеспеченности области овощной продукцией;

- предложена схема взаимодействия оптово-распределительных центров с субъектами организационно-экономического механизма посредством внедрения Единых пунктов работы с производителями, обеспечивающих паритетные условия для малых форм хозяйствования в процессе производства и реализации продукции;

- выявлены резервы увеличения дохода производителей малых форм хозяйствования за счет гарантированного сбыта продукции через внедряемые

Единые пункты работы с производителями в рамках оптово-распределительного центра. Паритетные условия способствуют повышению экономической заинтересованности субъектов ведения агробизнеса, самообеспеченности Московской области овощной продукцией, решению проблемы импортозамещения.

**Теоретическая и практическая значимость работы** состоит в уточнении сущности организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, в выявлении особенностей реализации продукции предприятиями малого и среднего бизнеса.

Исследование автора по влиянию социально-экономических факторов на взаимодействие производителей и потребителей овощной продукции позволяет специалистам в кратчайшие сроки получить данные для оценки эффективности существующего взаимодействия.

Полученные результаты прогнозных значений объема производства овощной продукции могут быть приняты во внимание при разработке и реализации целевых программ развития АПК Московской области.

Предложенные Единые пункты работы с производителями в рамках структуры оптово-распределительных центров могут представлять практический интерес для сельскохозяйственных организаций, К(Ф)Х и ЛПХ, специализирующихся на производстве и реализации овощной продукции.

Обоснованный механизм вовлечения производителей малых форм хозяйствования, ориентированный на снижение доли импортной продукции, представляет практический интерес для Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в том, что основные положения, сформулированные в процессе исследования, направлены на решение вопросов, связанных с повышением эффективности взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, укреплением конкурентных преимуществ субъектов малых форм хозяйствования на основе вовлечения их в общий товарооборот.

Содержащиеся в диссертации выводы и предложения могут представлять интерес сотрудникам научно-исследовательских институтов, учебных учреждений и других структур, занимающихся проблемами эффективного функционирования и устойчивого развития организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

**Методология и методы исследования.** Достоверность выводов и рекомендаций, полученных в ходе исследования, обеспечивается применением системного подхода в сочетании с использованием следующих методов:

- монографического – при раскрытии тенденций развития взаимодействия производителей и потребителей продукции;

-экономико-статистического (кластерный анализ, корреляционно-регрессионный метод), абстрактно-логического – при проведении анализа развития отрасли овощеводства, влияния на отрасль социально-экономических факторов и оценке результатов хозяйственной деятельности организаций;

-прогнозирования, типологических группировок, экономико-математического моделирования – при проведении расчетов по оценке потерь продукции производителей овощей в современных условиях, при составлении динамики оборота розничной торговли Московской области, по созданию, совершенствованию и эффективному функционированию распределительных центров;

- выборочного обследования – для изучения причин влияния социально-экономических факторов на развитие взаимодействия между производителями и потребителями овощной продукции;

-графического – при составлении схем и графических рисунков, отображающих динамику социально-экономических показателей, влияющих на производителей и потребителей овощной продукции, при составлении схемы взаимодействия субъектов межотраслевых связей, построении трендов, иных графических приложений к работе.

Теоретическая и методическая основа исследования выстроена на фундаментальных исследованиях отечественных и зарубежных ученых-

экономистов по вопросам функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили официальные данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, материалы Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области, данные отчетности сельскохозяйственных товаропроизводителей региона, материалы периодической печати, научные семинары, конференции, отражающие различные аспекты исследуемой проблемы, данные, полученные в ходе авторского анализа и расчетов, а также Интернет-ресурсы. При решении поставленных задач применялось программное средство «STATISTICA».

#### **Положения диссертации, выносимые на защиту.**

В работе защищаются следующие научные результаты, полученные автором:

- уточнена сущность организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции; обоснование значимости паритетных условий ведения агробизнеса для всех субъектов организационно-экономического механизма;

- авторская систематизация выявленных в диссертации факторов, препятствующих функционированию малых форм хозяйствования в общей системе товародвижения на паритетных условиях;

- обоснованы приоритетные направления по вовлечению малых форм хозяйствования в общую систему товародвижения овощной продукции Московской области, обеспечивающие продвижение их продукции в крупные торговые сети;

- схема взаимодействия оптово-распределительных центров с создаваемыми при них, по предложению автора, Едиными пунктами работы с производителями, обеспечивающими паритетные условия для малых форм хозяйствования в процессе производства и реализации продукции;

- авторский сценарий прогноза уровня дохода производителей малых форм хозяйствования при реализации овощной продукции по разным каналам товародвижения, включая предложенную в диссертации схему реализации их продукции через Единые пункты работы с производителями, созданными в рамках функционирования оптово-распределительного центра.

Соответствие паспорту научной специальности. Диссертационное исследование по своей актуальности, полученным научным результатам, их новизне, теоретической и практической значимости находится в рамках специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (1.Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – 1.2. АПК и сельское хозяйство), а предметная область исследования соответствует пунктам 1.2.38 «Эффективность функционирования отраслей и предприятий АПК» и 1.2.42 «Организационный и экономический механизм хозяйствования в АПК, организационно-экономические аспекты управления технологическими процессами в сельском хозяйстве» паспорта специальностей ВАК Министерства образования и науки РФ.

**Степень достоверности и апробация результатов исследования.** Основные положения диссертационной работы докладывались на Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития науки и образования» (г. Москва, 5 мая 2014 г.); Международных научных конференциях молодых ученых и специалистов, посвященных 150-летию РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева (г. Москва, 2-3 июня 2015 г., 25 ноября 2015 г.); Международной научной конференции молодых ученых и специалистов «Наука молодых – агропромышленному комплексу» (г. Москва, 1-3 июня 2016 г.); Научной конференции «Проблемы развития экономики России на современном этапе», посвященной 95-летию экономического факультета имени А.В. Чаянова РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева (г. Москва, 24-30 апреля 2017 г.).

Публикации результатов исследования. Результаты проведенных исследований нашли отражение в 12 научных работах общим объемом 18,18 п.л.,

в том числе авторский вклад 17,86 п.л., в том числе 6 статей опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Российской Федерации.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, насчитывающего 196 наименований, 10 приложений. Работа изложена на 170 страницах машинописного текста, содержит 22 таблицы и 33 рисунка.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

## 1.1 Сущность и элементы организационно-экономического механизма

В отечественной и зарубежной научной литературе за последние десятилетия понятие «механизм» широко употребляется в различных выражениях и сочетаниях («хозяйственный механизм», «экономический механизм хозяйствования», «организационно-экономический механизм», «рыночный механизм», «ценовой механизм» и др.) применительно к масштабам всего народного хозяйства либо отдельных регионов, отраслей или предприятий. При этом, как в условиях прежней экономической системы, так и в настоящее время, авторы по-разному разграничивают данные понятия и вкладывают в них различный смысл. В этой связи рассмотрим содержание тех понятий, которые имеют непосредственное отношение к исследуемой автором проблеме.

Рассматривая вопрос о многогранности термина «механизм» в экономических исследованиях, А.Ю. Чаленко выделяет следующие отличительные особенности экономического механизма:

- механизм не может существовать без процесса, так как является его составной частью и настроен на выполнение только процессных функций;
- механизм не имеет собственного управления, является как бы «обездвиженным» и находится в состоянии ожидания управления процессом;
- соединение механизма с управлением представляет внутреннее содержание процесса.

Исходя из этого, исследователь предлагает определение экономического механизма как совокупности ресурсов экономического процесса и способов их соединения [181].

Под механизмом, в целом, понимается система, устройство, определяющие порядок какого-либо вида деятельности. Под хозяйственным механизмом –

совокупность процессов, организационных структур, форм и методов управления, а также правовых норм, при помощи которых осуществляются экономические законы и процессы воспроизводства.

Среди важнейших структурных составляющих хозяйственного механизма следует выделить:

– формы организации общественного производства (разделение труда, специализация производства, его размещение и др.), посредством совершенствования которых общество влияет на развитие производительных сил и тем самым повышает эффективность их использования;

– формы хозяйственных связей, при помощи которых осуществляется «обмен веществ» в экономике, в том числе оборот средств производства, финансово-кредитные отношения и другие;

– формы и методы планирования и управления (экономические, правовые, социально-психологические и др.);

– совокупность экономических рычагов и стимулов, влияющих на производство и субъекты хозяйственной деятельности, посредством которых осуществляется согласование и стимулирование хозяйственной деятельности [76].

Один из подходов к определению понятия «экономический механизм» заключается в определении механизма как инструмента взаимодействия субъектов. Такой механизм определяет принципы и последовательность выполнения определенных действий между различными субъектами, например: механизм параметрической координации взаимодействия в системе поставщик - заказчик; система антикризисного управления на предприятиях; механизмы участия трудового коллектива; институциональная составляющая эффективного взаимодействия малого и крупного бизнеса в системе региональной экономики - формы, модели, механизмы; модели и экономические механизмы согласованного взаимодействия в промышленных комплексах [23].

На наш взгляд, целесообразней под экономическим механизмом понимать совокупность экономических средств воздействия субъекта на управляемый

объект, определяемых условиями рыночной экономики, вытекающими из взаимосвязи субъектов рыночной системы.

Мы разделяем мнение Л.И. Абалкина о многоаспектности содержания хозяйственного механизма, представляющего собой способ организации общественного производства со свойственными ему формами, методами, экономическими стимулами и правовыми нормами. Это позволяет сделать вывод, что хозяйственный механизм – это более широкое понятие, нежели экономический, организационный или организационно-экономический механизмы, поскольку само содержание понятий «хозяйство», «хозяйствование», помимо важных организационно-экономических аспектов, охватывает еще большую совокупность правовых и социально-психологических институтов, форм и методов [5].

Экономический механизм хозяйствования является ядром хозяйственного механизма, его стержневой основой. Он представляет собой совокупность методов, приемов и средств экономического влияния на рост и повышение эффективности производства и охватывает экономические рычаги, с помощью которых государство и рыночные структуры воздействуют на предприятия, их трудовые коллективы и отдельных работников. Совершенный экономический механизм хозяйствования формируется под воздействием рынка и при регулирующем влиянии государства призван обеспечивать органическое сочетание экономических интересов общества, государства с локальными групповыми и индивидуальными интересами товаропроизводителей — субъектов хозяйствования.

Исходя из принципа иерархичности вполне обоснована дальнейшая детализация и конкретизация этих понятий. Так, отдельные направления экономического механизма, совокупность соответствующих специфических институтов, форм, методов можно рассматривать и характеризовать самостоятельными, но взаимосвязанными экономическими механизмами, что достаточно часто встречается в литературе и на практике (например, ценовой механизм, кредитный механизм и т.д.). Конкретное содержание хозяйственного

механизма и его важнейших составляющих, безусловно, зависит от многих факторов и находится в постоянном изменении.

Составными элементами современного экономического механизма хозяйствования в АПК являются:

- механизм трансформации традиционных предприятий общественного сектора в современные рыночные структуры и реформирования экономического уклада на селе;

- механизм реализации продукции и приобретения средств производства субъектами хозяйствования (юридическими и физическими лицами) на соответствующем рынке;

- механизм ценообразования, формирования государственных закупочных, договорных и оптовых цен при регулирующем воздействии государства;

- механизм договорных экономических (хозрасчетных) взаимоотношений хозяйствующих партнеров на свободном и регулируемом рынке;

- финансово-налоговый механизм формирования платежей хозяйствующих субъектов в государственный бюджет и в централизованные фонды социального обеспечения, страхования и поддержки сельских товаропроизводителей;

- механизм банковского кредитования и расчетно-кассового обслуживания субъектов хозяйствования;

- механизм инвестиций и инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов АПК;

- механизм мотивации и стимулирования труда коллективов организаций и их работников;

- механизм внешних экономических связей, создания и функционирования совместных отечественных товаропроизводителей с зарубежными фирмами;

- механизм внутрипроизводственных экономических отношений организаций со своими структурными подразделениями и их трудовыми коллективами на основе внутривладельческого расчета;

- механизм развития предпринимательства и агробизнеса в АПК [84].

Все указанные элементы органически взаимосвязаны и образуют целостную организационно-экономическую систему, принимаемую за основу экономической политики государства, включая аграрную.

Организационно-экономический механизм представляет собой систему основных взаимосвязанных между собой элементов и их типовых групп (субъектов, принципов, методов и инструментов и т.п.), а также способов их взаимодействия, включая интеграцию и дезинтеграцию, в ходе и под влиянием которых гармонизируются экономические отношения (интересы) государства, производителей и потребителей, организаций с функцией обслуживания сферы АПК, других участников рынка, в соответствии с определенной целью.

Если рассматривать составляющие экономического механизма как любой системы управления, то можно отметить ряд общих основополагающих элементов, а именно: субъект и объект, цели и задачи, критерии эффективности, ресурсы, методы или способы управления, реализуемые в форме инструментов механизма.

Формирование организационно-экономического механизма требует, в первую очередь, определения цели и основных задач его функционирования, а также параметров и свойств.

К основным задачам функционирования организационно-экономического механизма можно отнести определение: целей и принципов; приоритетности задач; оптимизации распределения ресурсов; направления ускоренного развития и эффективного использования потенциала сельхозпроизводителей за счёт совершенствования товародвижения, обеспечение паритетности взаимодействия всех субъектов рынка, непрерывного организационно-экономического, технического и технологического обновления производительных сил с учетом интересов производителей и потребителей овощной продукции.

Конечной целью функционирования подобного механизма является повышение эффективности взаимодействия системы отношений субъектов и каждого элемента, в частности.

Эффективность функционирования определяется следующими особенностями современной экономики:

- многообразием форм собственности;
- ограничением государственного вмешательства в экономику;
- особенностями отрасли (сезонность);
- конкуренцией производителей.

При формировании организационно-экономического механизма обычно используются такие методы как: наблюдение, экспериментальное апробирование (реализация), имитационное и экономико-математическое моделирование и др.

При моделировании механизма необходимо разграничить его на организационную и экономическую части в соответствии с разделением факторов, определяющих специфику работы механизма. При этом следует также учитывать специфические особенности отраслей АПК, которые выдвигают особые требования к построению организационно-экономического механизма в данной сфере.

Организационная составляющая механизма включает в себя законодательную и нормативную базу, систему контроля и мотивации, организационную и информационно-консультационную поддержку государства. Экономическая составляющая механизма включает в себя систему налогообложения отрасли, регулирование цен на ресурсы и продовольствие, кредитную и страховую систему, экономический анализ (рынков, предприятий, инвестиционных проектов).

Результативность функционирования механизма может измеряться количественными и качественными показателями.

Условия или факторы, способствующие или препятствующие работе механизма, можно систематизировать на внешние (политические, экономические, правовые, социальные, научно-технические и так далее) и внутренние, характеризующие ресурсную базу организации (материальные, трудовые, информационные и так далее).

К субъектам механизма взаимодействия относят: объединения хозяйствующих субъектов, организации, физические лица, участвующие в разработке правил взаимодействия.

Методы и способы взаимодействия субъектов механизма могут быть разных типов: информационные, перераспределение функций (например, аутсорсинг), заключение различного рода сделок (договорные отношения), проведение торгов, интеграционные процессы и так далее. Характер этих методов в большей степени мотивационный.

Качество результатов «работы» механизма взаимодействия может измеряться продолжительностью существования такого механизма, так как целевая функция направлена не на развитие каких-либо процессов, а на согласование и реализацию интересов субъектов. Условия или факторы, способствующие или препятствующие работе механизма, допущения или ограничения, представляющие собой исключения из общих правил, которые применимы как для управленческих механизмов, так и для механизмов взаимодействия [23].

Для обеспечения качественной работы всех элементов организационно-экономический механизм должен выполнять следующие функции: поощрительно-мотивационную, запрещающую и компенсационную.

Поощрительно-мотивационная функция базируется на использовании материальных интересов. То есть любые вложения участника рыночного процесса, принося доход участникам, и предпринимателю, и государству (в форме налоговых поступлений), создают мотивацию для дальнейшего развития взаимодействия. Таким образом достигается согласование групповых и личных интересов.

Запрещающая функция предполагает экономическую (в некоторых случаях – административную или уголовную) ответственность через правовые, организационно-экономические санкции за невыполнение субъектом рыночного процесса определенных норм, правил, договорных обязательств и обязанностей, приведших к определенному ущербу.

Компенсационная функция тесно связана с предыдущими двумя и означает, что при условии получения ущерба одним из участников рыночного процесса, он будет устранен, нивелирован или компенсирован предусмотренными в механизме инструментами, что создает в долгосрочной перспективе определенные положительные мотивационные установки (стимулирует производственную активность).

Некоторые ученые при исследовании понятия организационно-экономического механизма, определяют его как многогранную, многоаспектную систему, которая содержит в себе совокупность взаимодействующих между собой субъектов, методов, инструментов и процессов воздействия, которые в реальной практике используются для получения того или иного результата, в рамках соблюдения интересов разных сторон.

Шахиева Э.Т. определяет организационно-экономический механизм как механизм взаимосвязи и взаимодействия организационной структуры управления и организации процессов принятия решений с методами, приемами и правилами хозяйствования, направленный на его наиболее эффективное функционирование и развитие в целом.

На основе накопленных разработок методологических исследований, было выделено понятие базового организационно-экономическим механизма управления, основанного на взаимодействии главных функций управления, формирующих систему и / или комплекс элементов, методов, форм управления и принятия решений, имеющих свойство воздействовать на экономическую систему в целом. Совокупность базовых организационно-экономических механизмов управления создает новую категорию – комплексный организационно-экономический механизм. При этом, понятие может рассматриваться как в узком, так и в широком смысле.

Например, организационно-экономический механизм управления эффективностью предпринимательских структур в широком смысле – это способ организации взаимосвязи между субъектами рынка, отделами организации, определенными бизнес-процессами, а также экономическими методами и

механизмами осуществление – это взаимодействие. В узком смысле – это система организационно-экономических мер, способствующая увеличению эффективности производства услуг, что определяется наличием организационно-административных и экономических мер [88].

Учитывая все вышеприведенное, можно сформулировать обобщающее определение организационно-экономического механизма как совокупности способов управления и взаимодействия субъектов, целевой функцией которого является рациональное хозяйствование и формирование устойчивых закономерностей в развитии экономики.

## **1.2 Экономические аспекты взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции**

В рамках взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции рассмотрим схему организационно-экономического механизма с обозначением цели, основных принципов, задач, факторов, оказывающих влияние на функционирование механизма, субъектов, организационные и экономические составляющие механизма.

Понятие организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, как экономической категории, обуславливающей отношения между производителями, потребителями и иными участниками рынка, в отечественной литературе изучено в недостаточной степени.

Разработка и эффективное функционирование организационно-экономического механизма взаимодействия субъектов рынка овощной продукции необходимо для обеспечения потребности в продукции овощеводства. В трудах отечественных ученых Алтухова А.И., Буробкина Н.И., Борхунова Н.А., Родионовой О.А., Серкова А.Ф., Ткача А.В., Ушачева И.Г. говорится, что в современных условиях не создан организационно-экономический механизм развития отечественной системы продовольственного обеспечения с целью формирования эффективной структуры, обеспечивающей решение продовольственных проблем [10, 117, 170].

На наш взгляд, организационно-экономический механизм взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции является инструментом экономического развития рынка, функционирует с соблюдением поставленной цели, определенных принципов, с учетом влияющих на функционирование механизма факторов, рассматривается в виде взаимообусловленных связей субъектов по вопросам обеспечения населения продуктами питания, в частности свежими овощами, с паритетными условиями и максимальной выгодой для каждого субъекта (Рисунок 1).



Источник: составлено автором

Рисунок 1 – Организационно-экономический механизм взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции

Механизм формирования и функционирования взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции представляется как взаимодействие объективно действующих факторов, явлений и процессов в сфере производства, распределения, обмена и потребления овощей. Функционирование данного механизма определяется соотношением потребностей населения, внутренних производственных возможностей и развитостью межотраслевых связей, с которыми организационно-экономический механизм взаимодействия субъектов рынка овощной продукции тесно связан.

Состав субъектов механизма определяется выполняемыми функциями, многообразием форм собственности и типов хозяйствования (Рисунок 2).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 2 – Субъекты организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции

Сельскохозяйственные товаропроизводители – организации, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, производящие сельскохозяйственную продукцию на сельскохозяйственных угодьях и реализующие эту продукцию, в том числе продукты ее переработки, при условии, что в общей выручке от реализации товаров этих организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей доля выручки от реализации этой продукции составляет не менее 70% [58].

Крупные и средние организации-производители овощной продукции более активны в работе с розничными сетями, поскольку имеют возможность к крупным объемам поставок круглогодично. Следует также отметить их более высокий уровень механизации, что способствует минимизации затрат ручного труда и снижению трудоемкости технологических процессов.

Однако, среди всех сельхозтоваропроизводителей наибольший удельный вес производства овощной продукции приходится на малые формы хозяйствования.

Малые формы хозяйствования, как массовое общественное явление, являются одним из важнейших объектов статистического исследования аграрного рынка, поэтому их развитие является важнейшим условием обеспечения устойчивости сельского развития страны и обеспечения продовольственной безопасности.

Наиболее полную трактовку понятия малых форм хозяйствования установил профессор А.П. Зинченко. Он определяет малые формы хозяйствования, как систему, включающую в себя хозяйства населения (личные подсобные и другие индивидуальные хозяйства граждан в сельских и городских поселениях, хозяйства граждан, имеющих земельные участки в садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях), крестьянские (фермерские) хозяйства, индивидуальных предпринимателей по сельскохозяйственной деятельности, а также микропредприятия – сельскохозяйственные организации с числом среднегодовых работников до 15 человек [47]. В ходе дальнейшего исследования, используя термин «малые

формы хозяйствования, ЛПХ, К(Ф)Х», подразумеваем под ними полный их перечень.

Малые формы хозяйствования являются важной составляющей сектора овощеводства. Поэтому, в результате реализации Государственной программы поддержки сельского хозяйства на 2013 – 2020 гг. увеличилась доступность льготных кредитных ресурсов для граждан, ведущих личное подсобное хозяйство на приобретение сельскохозяйственной техники, строительство животноводческих помещений. Привлечение значительной суммы финансовых средств позволило укрепить материально-техническую базу сектора, простимулировало рост объемов производства и его товарность.

С увеличением производства овощной продукции малыми формами хозяйствования возникают проблемы сбыта продукции в связи с короткими сроками хранения, сложностью продвижения продукции на рынок, сложностью снабжения ресурсами, также мелким товаропроизводителям характерна высокая трудоемкость технологических процессов.

Для повышения роли малых форм хозяйствования в обеспечении экономического роста, занятости сельского населения необходимо их дальнейшее развитие. Задача стимулирования развития и роста эффективности субъектов малого предпринимательства в сельской местности, а также личных подсобных хозяйств не может быть выполнена без решения проблем продвижения создаваемой ими продукции на региональные и межрегиональные рынки, а также материально-технического обеспечения сельскохозяйственного производства [46].

Поскольку малые формы хозяйствования не имеют ресурсов к самостоятельной реализации овощной продукции напрямую в розничные сети, они вынуждены продавать свой товар организациям-посредникам (перекупщикам), которые закупают продукцию по ценам, практически равным себестоимости.

Компании, выполняющие посреднические функции, нацелены на получение прибыли от сделки купли-продажи между производителем и

покупателем. Благодаря налаженным контактам с потребителями и другими участниками рынка, посредники способны обеспечить доступность овощной продукции широкому кругу покупателей, в том числе обеспечить поставку продукции до целевых рынков. Они также могут проводить исследования рынка для определения предпочтений покупателей, осуществлять сбор информации о конкурентах, выполнять задачи по приспособлению товара к требованиям покупателей (сортировка, очистка, упаковка продукции); организовывать товародвижение в части доставки, складирования, транспортировки.

Однако, посреднические компании часто устанавливают спекулятивные цены для производителя, лишая его выбора канала реализации своей продукции на справедливых условиях. Производители, в особенности малые формы хозяйствования, вынуждены принимать условия перекупщиков, поскольку не располагают свободными средствами для организации хранения и возможности продвижения своей продукции до конечного потребителя.

Перекупщики могут сбывать продукцию перерабатывающим компаниям, целью которых является создание продукта с новыми качествами с дальнейшей его перепродажей.

Перерабатывающие организации овощеконсервной промышленности занимают важное место в структуре организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции и выполняют следующие функции:

- осуществляют первичную обработку сельскохозяйственной продукции (сортировка, мойка);
- используют новейшие технологии в процессе консервации;
- осуществляют круглогодичный бесперебойный производственный процесс и реализацию готовой продукции в соответствии с ранее заключенными договорами поставок;
- осуществляют промежуточную обработку продукции с дальнейшей ее реализацией согласно цели использования.

Перерабатывающие организации отдают предпочтение оптово-распределительным центрам, компаниям, обеспечивающим крупные поставки продукции, поскольку переработчикам необходимо соблюдать бесперебойное производство консервированных овощей круглый год.

Частью системы оптово-распределительных центров, перерабатывающих организаций, крупных товаропроизводителей являются овощехранилища.

Овощехранилища, как элемент системы сбыта товаров сельхозпроизводителей, представляют собой специализированные комплексы зданий и сооружений, а также технических средств, предназначенные для первичной обработки продукции, долгосрочного и краткосрочного хранения без потери товарных свойств продукции, а также консолидации товарных партий для дальнейшей реализации.

Малые формы хозяйствования, ввиду ограниченности финансовых ресурсов, не имеют возможности использовать такой элемент, как овощехранилища, поскольку новое строительство весьма затратно для К(Ф)Х, ЛПХ, индивидуальных предпринимателей, а аренда площадей часто связана с затратами, превышающими ожидаемую выручку от продажи продукции. Ввиду вышесказанного, малым формам хозяйствования в особой степени необходима поддержка государства как на уровне производства, так и на уровне реализации продукции.

Особая роль в эффективном функционировании организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции принадлежит государству. Функция государства, как ведущего субъекта экономической политики, заключается в том, чтобы оно – на основании своей власти – могло связывать между собой интересы различных групп, побуждать их проявлять свою активность в сторону определенных единых целей.

Одной из основных задач государственного регулирования является поддержка рыночного равновесия, регулирование объемов производства и использования продукции, стимулирование производства ее дефицитных видов,

сдерживание производства продуктов, по которым имеется перепроизводство или нет спроса.

Важным инструментом перехода на новый уровень отношений между государством и предпринимательством является государственно-частное партнерство. Под указанным видом взаимодействия понимаются различные формы взаимовыгодного среднесрочного и долгосрочного сотрудничества государства и агробизнеса, которое направлено на решение общественных задач. Государственно-частное партнерство предполагает не только совместную экономическую деятельность, которая основана на отношениях собственности и принципах софинансирования, но и политическую деятельность в сфере консультаций в законотворческой области, информационный обмен, подготовку и реализацию образовательных и исследовательских программ.

Государство также может выступать в роли покупателя овощной продукции через процедуру госзаказа, а также оказывать содействие в сбыте продукции путем проведения различных социально значимых мероприятий. Такая практика имеет место в ряде экономически развитых государствах, как например США, где эффективным инструментом государственного управления, особенно управления бюджетными средствами, является процедура госзакупок. Овощная продукция закупается у фермеров через установленный алгоритм госзакупок и в дальнейшем направляется в социальные государственные учреждения: детские дома, школы, центры помощи бездомным и тому подобные организации. Подобная система выполняет одновременно несколько задач: поддержка фермерства и решение социальных проблем, связанных с обеспечением населения продовольствием.

Вопрос развития организационно-экономических связей между производителями и потребителями овощной продукции является актуальным и, пожалуй, острым на сегодняшний день, поэтому ежегодно компании, такие как Агрохолдинг «Дмитровские овощи», ГК «Малино», Агрокластеры «Фуд Сити», «Четыре Сезона» и другие совместно с Министерством сельского хозяйства

проводят форумы и выставки различной тематики, чтобы максимально актуализировать такие темы как:

- повышение урожайности овощей и картофеля;
- внедрение современных технологий в организации полевых работ;
- эффективное использование субсидий, выделяемых на базе

Госпрограммы развития сельского хозяйства;

- обмен опытом с зарубежными компаниями.

Эффективное взаимодействие инновационных компаний с прямыми производителями сельскохозяйственных культур с целью применения новых технологий для повышения урожайности, эффективности, является новым вектором развития агропромышленного комплекса [129].

Хозяйственные формирования обслуживающих организаций (посреднические организации, системы аукционов и ярмарок, банки, информационно-коммерческие центры, рекламные службы) дополняют основные элементы структуры организационно-экономического механизма, одновременно являясь неотъемлемой частью процесса на сегодняшний момент.

Взаимодействие между производителями и потребителями овощной продукции определяется большим числом промежуточных форм, которые устанавливают эти связи и тем самым помогают участникам реализовать свои деловые интересы. Совокупность этих форм можно классифицировать на:

- производственную (транспорт, материально-техническое обслуживание, агрохимическое и ветеринарное обслуживание, научное обеспечение и др.);
- финансовую (налоговая система, финансово-кредитная, система страхования и др.);
- маркетингово-сбытовую (торгово-закупочная система, реклама, сбытовые центры, хранение, товарное хозяйство и др.);
- информационно-телекоммуникационную (информационные технологии, ИКС, телекоммуникационная система и др.);
- социальную (ЖКХ, культурно-сбытовая сфера, здравоохранение, образование, кадровое обеспечение, общественный транспорт и др.);

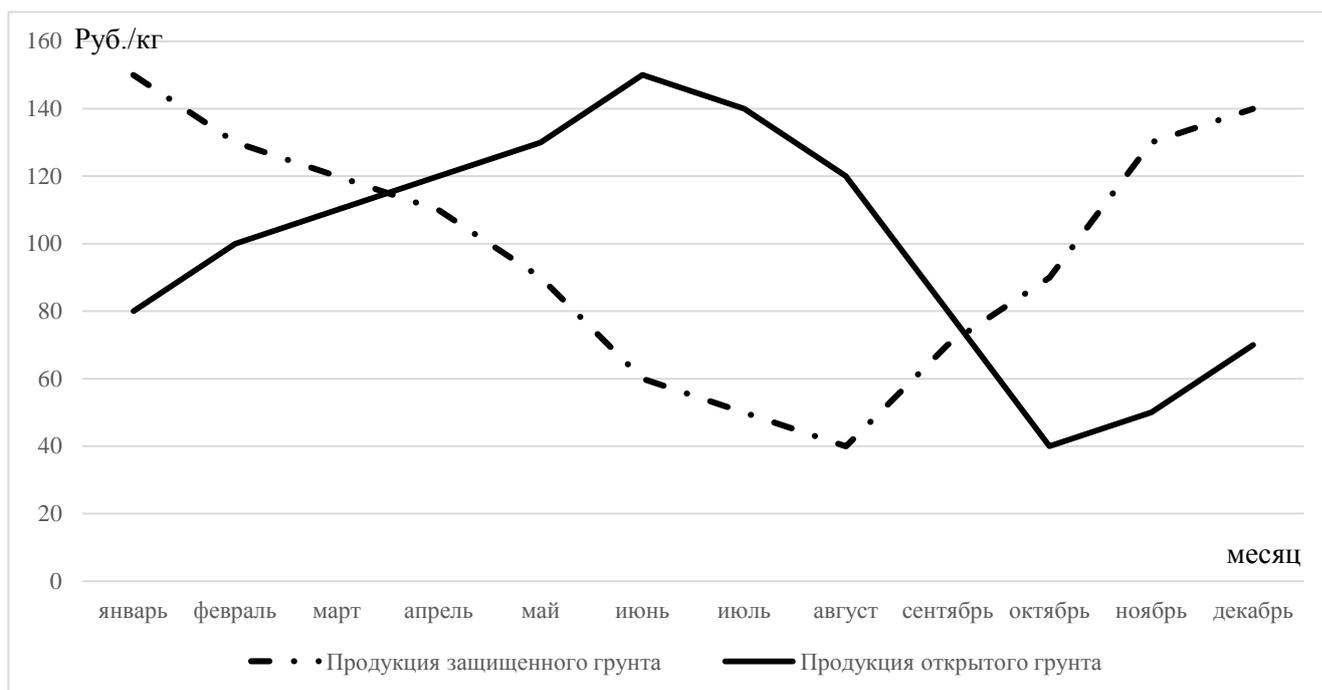
- экологическую (охрана окружающей среды, озеленение, рациональное использование природных ресурсов и др.).

Основными инструментами организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции являются: спрос, предложение, цена, конкуренция. Поскольку движение овощной продукции отличается динамичным и нестабильным механизмом (ввиду продолжительности и непрерывности биоклиматических процессов, обуславливающих сезонность), предложение продукции инерционно и не подлежит изменению до завершения производственного цикла, даже если спрос снижается или повышается.

Для овощной продукции характерны колебания цен, связанные с сезонностью производства в отрасли. Сезонные колебания цен означают ценовые различия, которые проявляются в течение года, месяца и даже недели. Их относят к краткосрочным, и проявляются они по отношению к большинству продуктов, срок хранения которых ограничен.

Сезонные колебания цен связаны с периодами значительного увеличения предложения, низкой эластичностью спроса по сравнению с эластичностью предложения. Самые низкие цены на овощи складываются на рынке в период массового сбора урожая и некоторое время после, него; далее они повышаются вплоть до поступления продукции урожая следующего года.

Колебания розничных цен также носят сезонный характер. С начала года цена стабильно повышается и достигает максимального размера к июню. С июля она начинает снижаться и минимальной становится в октябре – в момент основного поступления овощной продукции на прилавки магазинов. Для продукции защищенного грунта максимальная цена устанавливается в зимний период и снижается к периоду поступления на прилавки продукции открытого грунта (Рисунок 3).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 3 – Розничные цены на овощную продукцию

Значительное влияние на величину розничных цен в межсезонье оказывает импорт овощной продукции. В это время, особенно перед массовой уборкой нового урожая, основные потребности населения в овощах покрываются за счет импорта. Наибольший его объем приходится на I, II и IV кварталы (более 60 %). Ассортимент импортируемых овощных культур достаточно широк. Основную долю в них составляют те виды продукции, которые производятся в России в недостаточном количестве, скоропортящиеся, и совсем не производимые.

Цель предприятий, задействованных в обороте овощной продукции, реализовать ее конечному потребителю с максимальной для себя выгодой. Для конечного потребителя – приобрести качественную продукцию по оптимальной цене.

Отношения между производителями и потребителями овощной продукции являются частью общего механизма взаимовлияния спроса и предложения друг на друга, что обоснованно характеризует это взаимодействие, как систему отношений участников, в которой реализуется товарообмен. В системном процессе товарообмена участвуют, с одной стороны, производители, формирующие предложение, а с другой – потребители, формирующие

платежеспособный спрос, обслуживание которых осуществляется с помощью рыночной инфраструктуры, создающей условия для нормального функционирования агропродовольственного рынка. В связи с этим можно выделить следующие виды отношений между участниками рынка: направленные на формирование и удовлетворение спроса; направленные на формирование и удовлетворение предложения.

Для производителей малых форм хозяйствования приоритетными являются следующие направления совершенствования организационно-экономического механизма хозяйствования, обеспечивающие его адаптацию к современным условиям и, как следствие, повышение устойчивости и эффективности функционирования:

- кооперирование с передачей отдельных производственных и сервисных функций потребительским кооперативам различного типа (снабженческо-сбытовым, кредитным, обслуживающим, мелиоративным и др.);

- создание агротехнопарков развития овощеводства открытого грунта в личных подсобных хозяйствах в виде коммерческих организаций (либо в формате государственно-частного партнерства) комплексного обслуживания, обеспечивающих вертикальную концентрацию производства;

- сотрудничество с многофункциональными распределительными центрами через Единые пункты работы с производителями, которые помимо коммерческой деятельности выполняют частично задачи по управлению объемами производства, управлению логистикой.

Эффективное функционирование организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции тесным образом связано с развитием его инфраструктуры как совокупности отраслей, обеспечивающих непрерывность его функционирования на всех стадиях производства, распределения, обмена и потребления.

Приоритетные направления совершенствования отдельных элементов организационно-экономического механизма развития овощеводства открытого грунта на уровне хозяйствующих субъектов должны дифференцироваться в

зависимости от организационно правовой формы и размеров сельскохозяйственного производства овощеводческих организаций. Это связано с различной формализацией и сложностью хозяйственного механизма в сельскохозяйственных организациях, имеющих развитую организационную, производственную и управленческую структуру и в малых формах хозяйствования, например, личных подсобных хозяйств, где основу производства составляет ручной труд, а продукция производится для собственного потребления [153].

### **1.3 Направления совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции**

Совершенствование организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции способствует созданию необходимых условий для эффективного функционирования аграрного рынка, обеспечения стабильной и прибыльной работы организаций, снижению предпринимательского риска, повышению эффективности товародвижения.

По нашему мнению, основные проблемы отсутствия паритетных условий для субъектов функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, это – во-первых, распад централизованной системы поставок сельскохозяйственной продукции и продовольствия без создания новых распределительных рыночных структур, во-вторых, усиление локального монополизма перерабатывающей промышленности и торговли, появления крупных иностранных конгломератов (ведь повышение розничной цены для конечного потребителя происходит не на стадии производства, а в сфере переработки и обращения); в-третьих, внешняя продовольственная интервенция, которая практически вытеснила с отечественных рынков товары и сырье, производимые российскими товаропроизводителями.

Товародвижение сельскохозяйственной продукции включает в себя структуры и процессы от простых форм обмена на локальных рынках до сложных комплексных систем взаимодействия организаций с потребителями и поставщиками. Комплексный подход к сбыту, реализации и распределению сельскохозяйственной продукции увязывает в единое целое все компоненты организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Одной из форм интеграции является налаживание межотраслевых связей, в основном через создание самостоятельных агропромышленных организаций. Межотраслевые связи позволяют региону обеспечивать население продуктами питания и способствуют эффективному развитию сельского хозяйства, перерабатывающей и пищевой промышленности, а также обслуживающих их отраслей.

Несовершенство экономических межотраслевых связей возникает вследствие неразвитости рыночной инфраструктуры.

Инфраструктура в рамках взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции обеспечивает развитие хозяйственных связей, способствует эффективному использованию ресурсов, способствует повышению оперативности и эффективности деятельности рыночных субъектов; поддерживает конкуренцию между хозяйствующими субъектами.

В свете рассмотрения взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции Московской области, уместно будет выбрать форму интеграции, основанную на хозяйственной деятельности партнеров: сельскохозяйственные товаропроизводители – перерабатывающие организации – оптово-распределительный центр – торговля. Подобные интеграционные связи дают положительные результаты, как для перерабатывающих предприятий, так и для снабжения продуктами питания региона.

Проведение реформирования организаций сельскохозяйственной отрасли, редуцирование капиталовложений в строительство и реконструкцию социальных и производственных объектов АПК, повышение цен на средства производства и удорожание кредитных ресурсов, отсутствие экономически обоснованного регулирования экономического механизма АПК со стороны государства, нарушение паритета цен на продукцию сельского хозяйства и промышленности, развитие монополизма ресурсопроизводящих, перерабатывающих и обслуживающих предприятий привели к разрушению межотраслевого взаимодействия в АПК.

В свою очередь, нарушение эквивалентности межотраслевого обмена и паритетности отношений между производителями и потребителями овощной продукции привели к дестабилизации производственных процессов сельскохозяйственной продукции.

В современных условиях повышение эффективности развития межотраслевого взаимодействия, включение в организационно-экономический механизм всех участников процесса производства (в том числе и малых форм хозяйствования), переработки, хранения, реализации, является важной предпосылкой расширенного воспроизводства в отраслях АПК, развития социально-трудовой сферы села, стабилизации на рынке отечественных товаропроизводителей, повышения их конкуренции, решения задач импортозамещения.

Необходимость в совершенствовании организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, создании и совершенствовании распределительных центров, осуществляющих перерабатывающие, снабженческо-сбытовые и обслуживающие функции, обусловлена:

- низким уровнем материально-технического обеспечения аграрного производства;
- объемом производимой продукции в хозяйствах населения;
- высокой фондо- и материалоемкости производства;
- ограниченностью собственных денежных средств производителей, сдерживающей возможности расширения производства;
- сезонностью использования производственных ресурсов;
- неразвитостью рыночной инфраструктуры;
- медленным реагированием межотраслевых связей на изменение внешней и внутренней среды аграрного рынка.

Проблемы взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции требуют дополнительных исследований в связи с изменяющимися экономическими условиями.

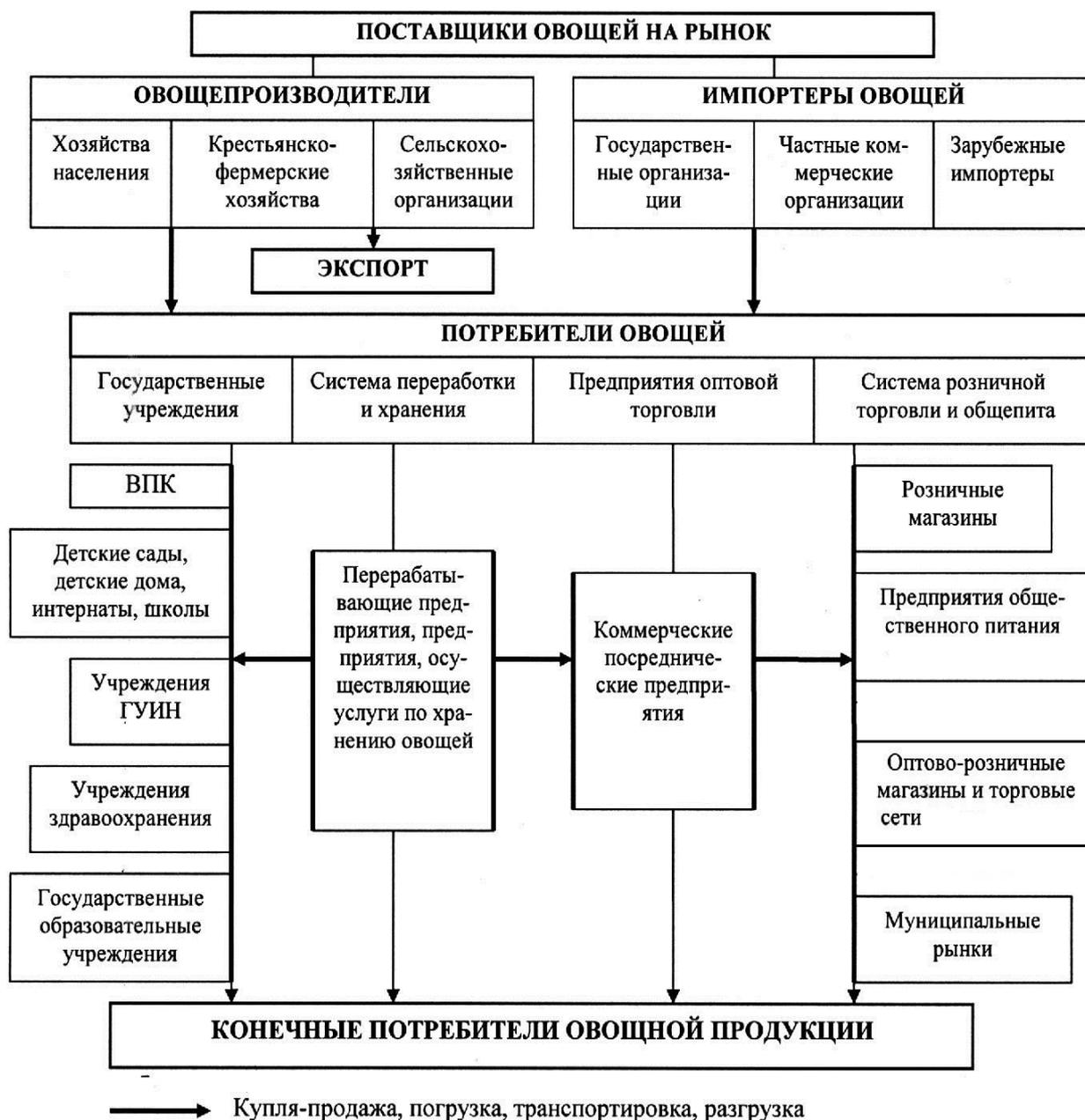
Сложными и неоднозначными в сфере овощеводства являются экономические взаимоотношения, возникающие между его субъектами: во-первых, между самими овощеводческими предприятиями, К(Ф)Х и хозяйствами населения; во-вторых, поставщиками овощей и государством; в-третьих, между продавцами и потребителями; и, наконец, овощеводами и перерабатывающими предприятиями. Данное взаимодействие на исследуемом рынке часто происходит посредством вовлечения в них различных элементов инфраструктуры, а взаимодействие между самими производителями овощей на рынке включают не только отношения друг с другом, но и с поставщиками ресурсов, с общими потребителями, что оказывает влияние на установление цен на овощную продукцию и уровень развития конкуренции.

Важным аспектом функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции являются структурные сдвиги в системе товародвижения [153].

Продукция овощеводства проходит такие этапы, как: распределение, обмен, хранение, транспортировка, переработка, и завершающий этап – реализация конечному потребителю. Выбор эффективных каналов реализации продукции является одним из приоритетных направлений хозяйственной деятельности субъектов организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Под каналами реализации понимается совокупность организаций и лиц, которые выступают как участники сбыта или посредники. Каналы реализации подразделяют на прямые и косвенные.

Каналы прямого товародвижения подразумевают перемещение товаров непосредственно от производителя до потребителя, минуя посредников и перекупщиков. Движение продукции подобным образом свойственно крупным товаропроизводителям, которые имеют договорные отношения с розничными сетями, либо имеют собственную сеть розничных магазинов и не нуждаются в услугах перекупщиков (Рисунок 4).



*Источник: Закшевская Е.В. Функционирование и развитие рынка овощей*

Рисунок 4 – Товародвижение на региональном рынке овощей

Косвенные каналы реализации продукции связаны с участием независимых посредников, перекупщиков, закупающих товар у сельхозтоваропроизводителей и поставляющих его до конечного потребителя. Реализация продукции по косвенным каналам свойственна малым формам хозяйствования, которые не имеют прямого выхода на розничные сети ввиду невозможности следовать условиям поставки продукции: круглогодично и в определенных объемах.

Посредниками выступают: оптовые компании, государственные организации, перерабатывающие предприятия, торговые организации и другие.

Для эффективного, бесперебойного снабжения товарами розничных организаций нужно добиться того, чтобы в оптовой торговле получили еще более широкое развитие прогрессивные типы организаций, какими являются, например, распределительные центры, оптово-розничные объединения, магазины — склады и логистические центры, оптовые продовольственные рынки, которые в той или иной степени участвуют в различных формах реализации продукции.

В современных условиях аграрного рынка Московской области существуют следующие формы реализации овощной продукции:

1. Реализация продукции после первичной обработки на рынках городов и поселков через собственную розничную торговую сеть.

Такой вид реализации характерен для крупных товаропроизводителей, имеющих либо договорные отношения с розничными сетями, либо свою собственную розничную сеть. Такие организации готовы предложить на продажу достаточно большой объем готовой овощной продукции, с возможной первичной обработкой продукции – мытье, сортировка, упаковка. В общей структуре реализации подобных организаций порядка 10 %.

2. Реализация овощной продукции крупным перерабатывающим компаниям (либо оптовым центрам) после первичной обработки непосредственно в хозяйствах.

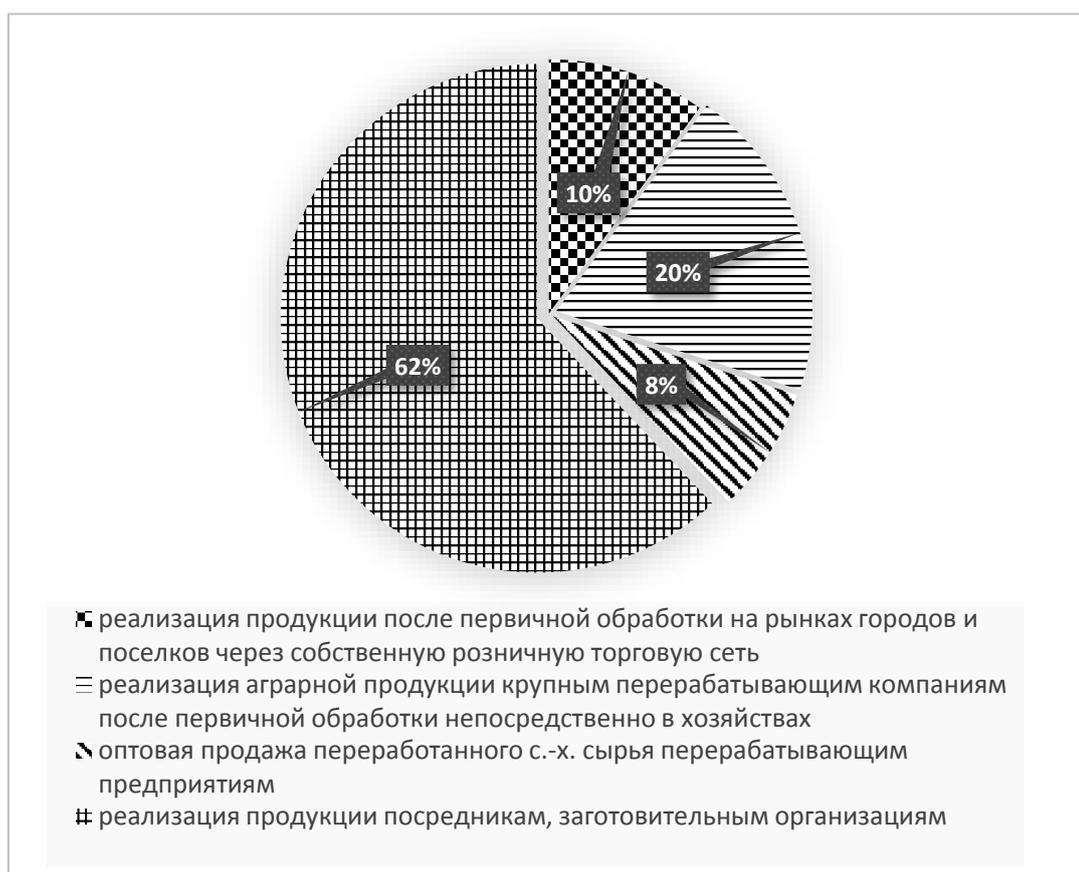
Для такого вида реализации требуется достаточно большой объем готовой к продаже овощной продукции, требуется наличие специальной техники по первичной обработке продукции – мытье, сортировка, упаковка – с целью дальнейшей перепродажи перерабатывающим организациям. Этой формой реализации продукции пользуются порядка 20 % организаций.

3. Оптовая продажа переработанной овощной продукции перерабатывающим предприятиям.

Организации, использующие подобную форму реализации должны обладать достаточно большим ресурсом объема готовой овощной продукции, иметь специальную технику, перерабатывающие поточные линии. В общей структуре реализации подобных организаций порядка 8 %.

#### 4. Реализация продукции посредникам, заготовительным организациям.

Для такого вида реализации изначальный объем продукции неважен, первичная обработка не обязательна, закупочные цены для производителей минимальны и носят спекулятивный характер. Порядка 62 % производителей реализуют свою продукцию указанным образом, в том числе малые формы хозяйствования (Рисунок 5).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 5 – Реализация овощной продукции Московской области

Таким образом, рассмотрев процентное соотношение форм цепочки движения товара от производителя к потребителю, мы делаем вывод о том, что более половины всех производителей вынуждены продавать свой товар по ценам, которые им диктуют перекупщики, заведомо заниженную, поскольку у

производителей, особенно у мелкотоварных производителей нет возможности хранить продукцию ввиду ее специфичности и сезонности, нет дополнительных ресурсов для ее переработки, нет достаточного объема производства, чтобы напрямую реализовывать оптовикам или в розничные сети.

Товаропроизводитель не имеет возможности начать новый производственный цикл без того, чтобы не продать свою продукцию (при этом, что покупатель волен в своем решении, покупать ее или нет). Как следствие, он объективно ориентирован на запросы и возможности покупателя и должен учитывать его приоритеты. На этой основе формируются механизм контроля над производителем и его экономическая зависимость от потребителя. Такова схема нормального функционирования товарно-денежных отношений, для практической реализации которой необходимы экономические и правовые предпосылки, способствующие гармонизации механизмов рыночного саморегулирования и государственного регулирования производства.

В рамках государственных программ поддержки сельхозтоваропроизводителей, одним из действенных механизмов развития инфраструктуры аграрного рынка считается выделение средств бюджета на развитие оптово-распределительных центров. Именно организованные оптово-распределительные центры в максимальной степени способствуют развитию не только отдельных отраслей, но и всей сферы АПК.

Однако, мы полагаем, что государственное регулирование развития сельского хозяйства является обязательной, но не приоритетной, частью современной аграрной политики, а активная бюджетная поддержка остается одним из факторов сохранения устойчивых конкурентных позиций сельскохозяйственных товаропроизводителей и произведенной ими продукции. Правила Всемирной торговой организации предусматривают снижение финансовых бюджетных издержек на сельское хозяйство. В настоящее время идет сложный процесс адаптации деятельности отечественных товаропроизводителей к условиям Всемирной торговой организации.

Результаты исследования по этому вопросу будут приведены в Главе 2 в рамках настоящей диссертационной работы.

В условиях современной ситуации на оптовом рынке многие компании уже поняли, что прибыльность определяется не уровнем торговой наценки, а минимизацией издержек. Одной из крупных статей расходов является логистика. В России стоимость логистики в общей цене продаваемого товара составляет до 30%, а в Европе — 5%. Существенно уменьшить логистические издержки помогает создание распределительных центров. Создание крупных розничных торговых сетей приводит к необходимости рационализации товароснабжения магазинов через единый склад. Поскольку прямые поставки в магазины требуют дополнительно складских помещений непосредственно в магазинах более эффективным является поставка крупных партий товара на центральный склад (распределительный центр) компании и дальнейшая ритмичная поставка товаров в магазины. Рационально организованный распределительный центр — один из ключевых факторов, который определяет конкурентоспособность компании и помогает правильно организовать товарооборот. Наличие распределительного центра позволяет сократить складские площади в розничных точках до 30% от торговой площади [136].

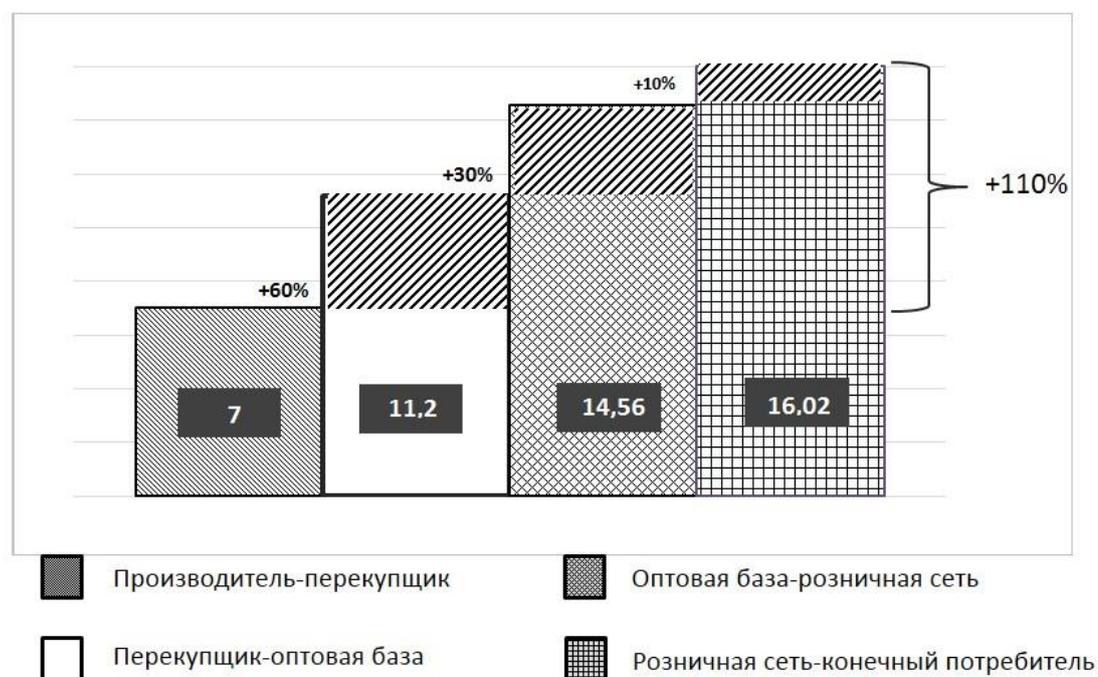
Создание подобных центров позволит сконцентрировать однородный ассортимент товаров, снизить издержки по реализации продукции и создать конкурентные преимущества для продвижения на рынок.

Также одной из проблем отечественных товаропроизводителей является то, что на сегодняшний момент они вынуждены самостоятельно заниматься поиском покупателей. Таковыми в большинстве случаев становятся крупные и мелкие посредники, которые скупают продукцию по спекулятивным ценам, и поставляют ее на перерабатывающие, оптовые либо розничные предприятия. В редких случаях производитель напрямую сотрудничает с переработчиками или с розничными сетями. Не все хозяйства могут следовать условиям договора, который обычно заключается на 11 месяцев и предусматривает стабильный ежемесячный объем поставок в магазины.

Из вышесказанного следует, что достаточно большая цепочка участников, на каждом этапе товародвижения добавляют к цене определенный процент, учитывающий: налоги, потери при хранении, расходы на транспорт, зарплата, расходы на реализацию и т.д., которая в итоге оплачивается конечным потребителем.

Рассматривая построенную нами модель движения товара рынка овощной продукции (товар n) на основе статистических данных цен продукции на разных этапах движения товара, мы определили, что конечный потребитель оплачивает дополнительно 110% от первоначальной цены, по которой перекупщик закупает весь объем продукции у производителя по достаточно низкой цене.

На каждой из стадий товародвижения происходит увеличение первоначальной закупочной цены товара. По усредненным данным, перекупщик увеличивает стоимость закупки для оптовой базы (либо перерабатывающих предприятий) на 60 %, оптовики при продаже товара в розничные сети увеличивают стоимость на 30 %, магазины розничных сетей устанавливают для конечного потребителя цену с накруткой 10 % (Рисунок 6).



Источник: составлено автором

Рисунок 6 – Размер добавочной стоимости продукта n по звеньям цепи производства-поставки

Цена реализации не зависит от себестоимости выращивания и определяется договором между сельхозтоваропроизводителями и торгующими организациями (исходя из экономических предпосылок последних). Величина усреднённых годовых договорных цен реализации через торговые сети в ЗАО «Дашковка» (Серпуховской район) колебалась в пределах: по капусте – 5,7-17,4 руб./кг, моркови – 6,2-14,7 руб./кг, свёкле – 5,4-12,8 руб./кг и луку – 6,9-15,4 руб./кг.

Итак, судя по существующей системе товародвижения, по которой работают производители и потребители овощной продукции, нами определены ее недостатки в виде заниженной цены для производителя, который не имеет альтернативных путей реализации своего товара (особенно предприятия малых форм хозяйствования), а следовательно, не сможет увеличить объем производимой продукции, обновить материально-техническую базу, использовать инновационные технологии возделывания овощных культур – у него нет средств для расширенного воспроизводства; а также в виде 110% накрутки цены для конечного потребителя, а ведь овощная продукция, является необходимым элементом питания и исключить его нельзя, значит потребитель в любом случае будет выделять средства на покупку продукции овощеводства.

Помимо заниженной закупочной цены для производителей, они также сталкиваются с проблемой невыполнения заготовителями договорных обязательств, которые связаны с авансированием законтрактованной продукции и с расчетами по приобретенным товарам. Кроме того, закупщики часто нарушают сроки закупок продукции, допускают частичный, а порой и полный отказ от закупки уже законтрактованной продукции, либо предлагают альтернативные формы расчетов.

В итоге, у производителей образуется задолженность по выплате заработной платы сотрудникам, по перечислению налоговых отчислений, задержки по погашению платежей за банковские кредиты, затрудненность закупки расходных материалов, семян, проведения ремонта техники и др. В результате общая ситуация функционирования всего организационно-

экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции усложняется, повышается напряженность связанных с сельским хозяйством других сфер экономики.

Все указанные проблемы приводят к пониманию необходимости совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, что позволит решить главный вопрос стимулирования производства и переработки сельскохозяйственной продукции на основе формирования эффективного механизма взаимной заинтересованности производителя, оптовых компаний и конечного потребителя, путем установления хозяйственных связей, регулирования производства и сбыта продукции с учетом удовлетворения текущего и потенциального потребительского спроса с понижением конечной цены для потребителя.

## 2 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

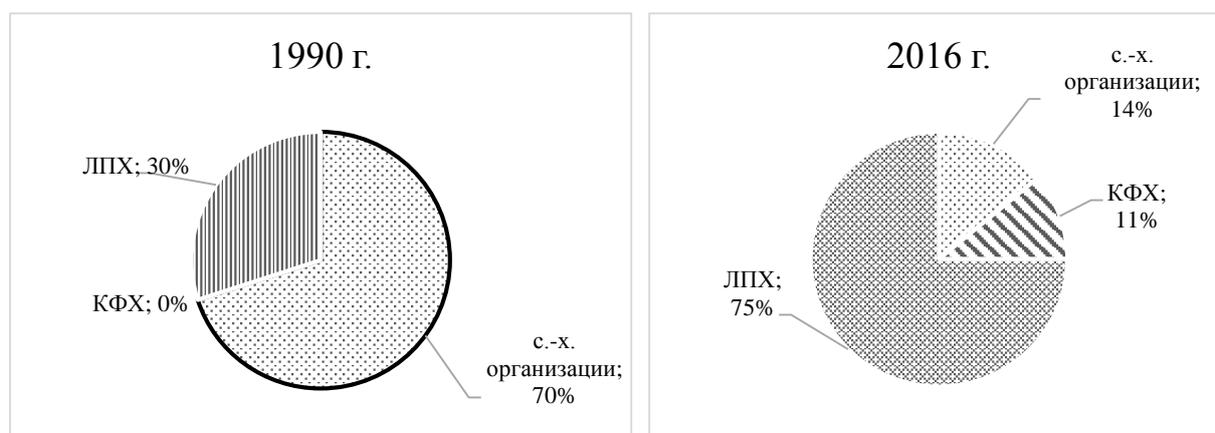
### 2.1 Анализ производства овощной продукции

Изучение организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции не представляется возможным без анализа основных его элементов – производителей и потребителей.

Производство продукции овощеводства осуществляется в конкретных географических условиях, в свою очередь эти условия определяют урожайность овощных культур, валовый сбор, устанавливаемые цены, размеры зон реализации продукции овощеводства и так далее.

Основными производителями овощной продукции являются крупные сельскохозяйственные организации, представители малого и среднего агробизнеса, поставщиками также выступают импортные производители.

На сегодняшний момент, в целом по стране, крестьянско-фермерские и личные подсобные хозяйства, по сравнению с 1990 г., занимают большую долю в структуре производства овощной продукции (Рисунок 7).



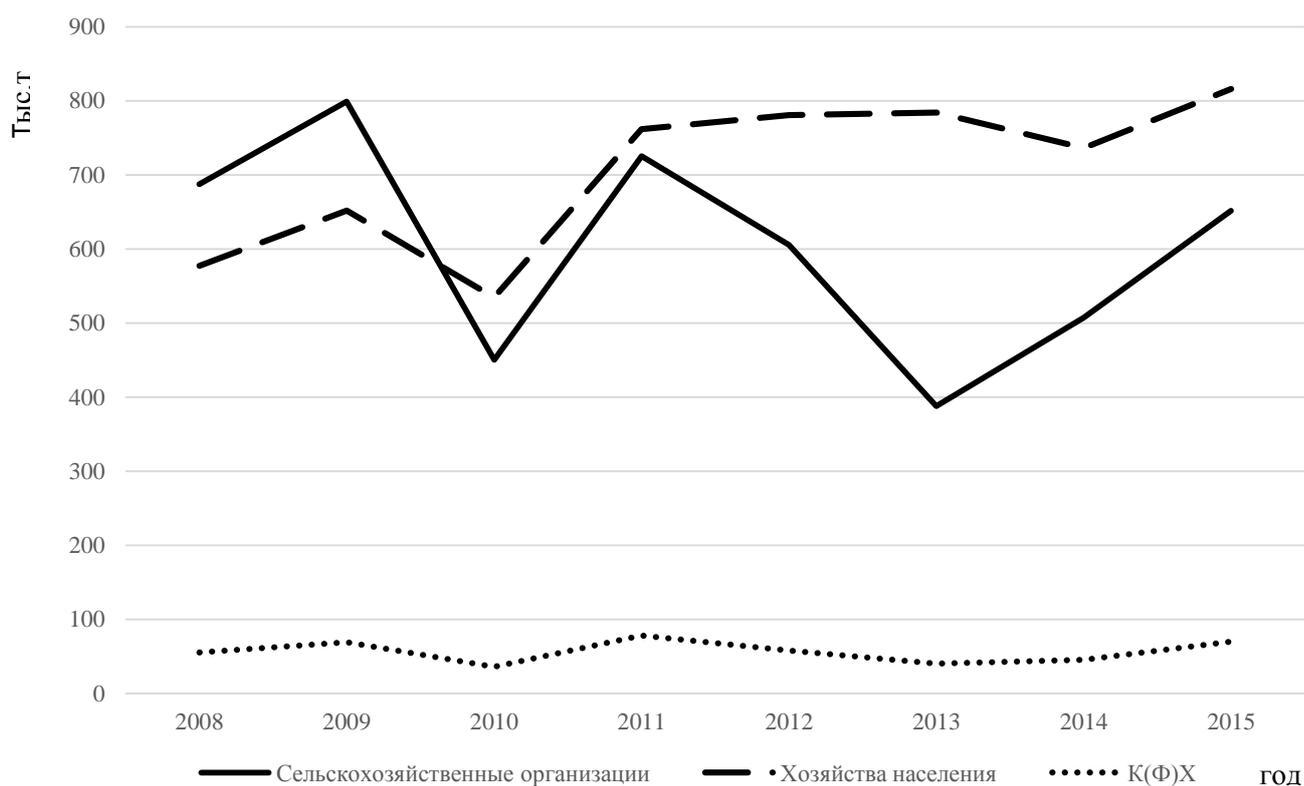
*Источник: составлено автором на основе данных Росстата*

Рисунок 7 – Структура производства по категориям хозяйств

Это позволяет сделать вывод, что такие категории хозяйств, как К(Ф)Х и ЛПХ, обладают существенным потенциалом, который позволяет принимать активное участие в товародвижении продукции.

Территориальная структура общего урожая овощных культур в 2015 г. в целом по стране, была неоднородна. Более 60 % валового сбора приходилось на три федеральных округа: Приволжский федеральный округ (ПФО) – 21,3 %, Южный федеральный округ (ЮФО) – 20,7 %, Центральный федеральный округ (ЦФО) – 19,2 %.

Анализируя динамику валового сбора овощной продукции, мы установили, что валовый сбор овощной продукции хозяйствами населения увеличился за период с 2010 по 2015 гг. на 1 085 тыс. т по сравнению с данными по сельскохозяйственным организациям. (Рисунок 8).



*Источник: составлено автором на основе статистических данных Росстата*  
 Рисунок 8 – Динамика валового сбора овощной продукции в России в различных категориях хозяйств за период 2008 – 2015 гг., тыс. т

Положительная динамика также наблюдается и в отношении К(Ф)Х, показывая увеличение объема валового сбора овощей на 34 тыс. т. в 2015 г., по сравнению с 2010 г.

Производство овощной продукции в большем объеме сосредоточено в хозяйствах населения, которыми в 2016 г. выращено 66,7% общего сбора овощей (в 2015г. – 67 %) [177].

Овощеводство является одной из немногих отраслей сельского хозяйства Российской Федерации, в которой в последние годы наблюдается рост валовых сборов продукции, что подтверждает рассмотренная динамика валового сбора овощей, в целом по стране (Приложение Б).

Суммарный объем производства овощей открытого и защищенного грунта в 2015 г. в промышленном секторе овощеводства (сельскохозяйственные организации и фермерские хозяйства, без учета хозяйств населения) составил 5 275,6 тыс. т, что на 13,3% или на 620,5 тыс. т больше, чем в 2014 г.

Первое место по объему производства овощей защищенного грунта в 2015 году занимает Республика Башкортостан. Здесь было собрано 73,5 тыс. т, что на 4,1% или на 2,9 тыс. т больше, чем в 2014 году.

Производство овощей защищенного грунта в Краснодарском крае - втором по объему регионе-производителе с долей на уровне 9,7% - в 2015 г. составило 70,3 тыс. т. Прирост по отношению к 2014 г. на 18,4 тыс. т или на 35,0%.

На третьем месте - Республика Татарстан, где в 2015 г. собрано 39,2 тыс. т овощей, что на 1,0 тыс. т или на 2,7% больше, чем в 2014 г. Доля Татарстана в общем объеме сборов овощей защищенного грунта по РФ составила 5,4%.

Производство овощей открытого и защищенного грунта – на 14,6 % и составило 604 тыс. т, овощей открытого грунта – на 17,3 % и составило 566,1 тыс. т.

В 2015 году наблюдается сокращение объемов производства тепличных овощей, что свидетельствует о том, что начало массового запуска в эксплуатацию новых проектов тепличного выращивания овощей во многих регионах России еще не началось, проекты могут находиться на стадии проектирования или внедрения.

В структуре производства овощей промышленного выращивания в 2015 году на сборы овощей защищенного грунта пришлось 13,7 %, на сборы овощей открытого грунта – 86,3%. (Рисунок 9)



Годы

*Источник: данные Росстата за период 2010-2015 гг. (без учета хозяйств населения)*

Рисунок 9 – Динамика валового сбора овощей открытого и защищенного грунта в промышленном секторе овощеводства России, тыс. т

Объем производства овощей защищенного грунта (включая зимние и пленочные теплицы) в промышленном секторе овощеводства в 2015 г., по данным Росстата, составил 722,8 тыс. т., что на 0,7% или на 5,3 тыс. т. меньше, чем в 2014 г.

По данным Минсельхоза РФ в 2015 года объем производства в сельскохозяйственных организациях в зимних теплицах составил 454,5 тыс. т (329,7 тыс. т – огурцы, 115,3 тыс. т – помидоры, около 9,5 тыс. т – прочие овощи).

По отношению к показателям прошлых лет наблюдается существенное увеличение сборов овощей защищенного грунта. В 2013 году объем производства составлял 644,2 тыс. т., в 2012 году - 595,5 тыс. т [105].

Уровень средних цен производителей сельскохозяйственных товаров является одним из наиболее важных показателей, отображающих экономическое положение страны, отдельных ее субъектов (Таблица 1).

Таблица 1 – Средние цены производителей сельскохозяйственной продукции по России за период 2000-2016 гг. (в среднем за год, тыс. руб./т)

Виды продукции	2000г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2014г.	2015г.	2016г.	Прирост в %, 2016г. к 2000 г.	Прирост в %, 2016г. к 2014 г.
Картофель	3,7	5,2	5,6	6,3	8,2	8,3	9,5	10,3	12,9	13,2	10,2	176,2	-20,5
Овощи свежие или охлажденные													
томаты	12,6	26	28,7	39	44	48,5	52,6	47	58	63,2	62,3	394,7	7,5
огурцы	12,4	27	31,4	36,9	46,9	51,9	58,2	54	62	67,9	75,3	505,4	21,4
лук репчатый	3,9	4,9	7,6	8,4	6,7	6,2	9,7	9,1	10,6	14	9,7	150,3	-8,4
капуста	2,6	5,4	5,3	6,9	8	6,9	11	10,8	10,1	15,2	12,2	370,2	20,7
морковь столовая	3,9	6,9	7,3	7,6	9,5	10,2	11,3	12,2	11,5	14,5	12,3	220	7,5
свекла столовая	3,5	6	6,4	6,4	8,3	8,2	8,3	11,2	10,4	13,3	10,7	203,8	2,6

Источник: данные Росстата

За период с 2000 г. по 2015 г. наблюдается стабильное увеличение средней цены производителей по всем видам овощной продукции.

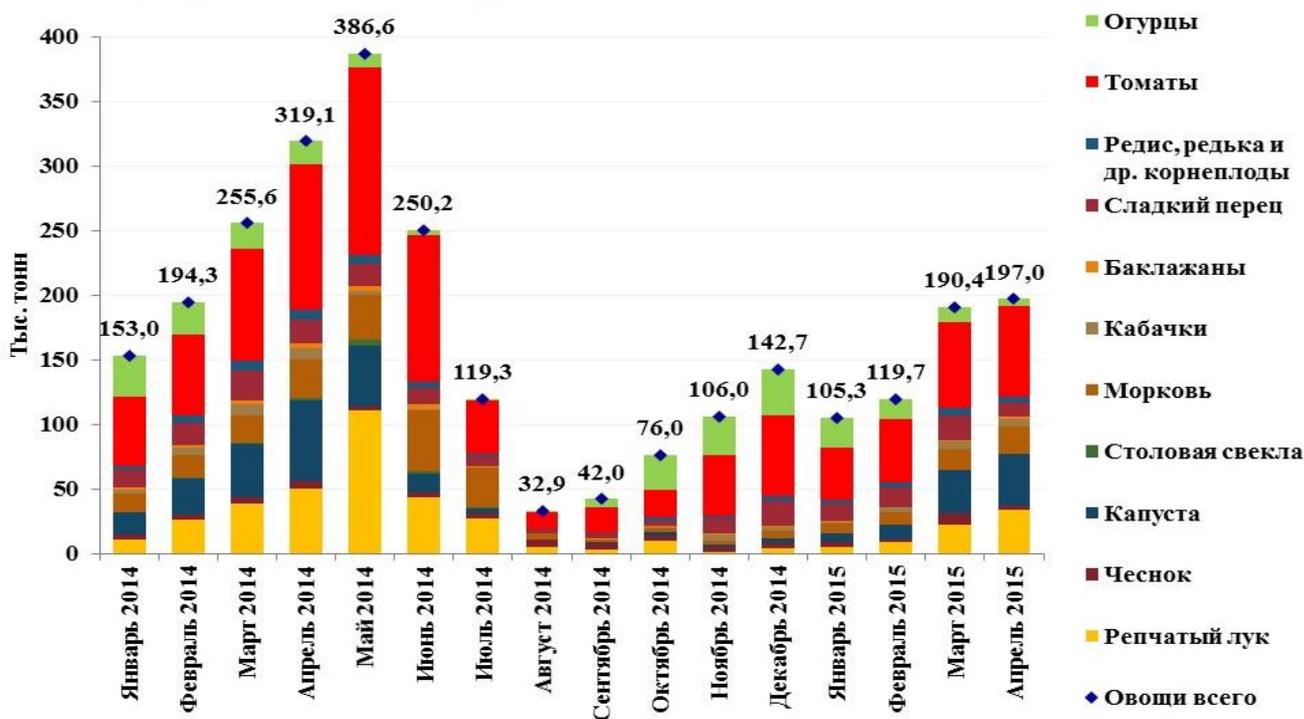
Наиболее значимыми причинами дифференциации цен в 2014 и 2015 гг. стали: запрет на поставки овощей из Европы в 2014 г., девальвация рубля и сравнительно низкий урожай отечественной продукции.

За период с 2000 по 2016 гг. произошло достаточно серьезное увеличение цен на следующие виды продукции: на огурцы – на 505 %, на томаты– 395 %, морковь – 220%, репчатый лук – 150 %.

Влияние на формирование цены также оказывает высокая импортная зависимость страны по отдельным видам продовольствия, которая одновременно снижает продовольственную безопасность и значительно ущемляет ее национальные интересы.

Суммарный объем импорта основных видов овощей в Россию в январе-августе 2016 года, без учета данных о торговле в рамках Таможенного Союза ЕАЭС, составил 758,2 тыс. т, что на 36,0% или на 426,8 тыс. т меньше, чем в январе-августе 2015 года и на 55,5% или на 944,4 тыс. т меньше, чем в январе-августе 2014 года.

В том числе, в августе 2016 года в Россию было импортировано 15,1 тыс. т овощей, для сравнения - в августе 2015 года импортировали 14,6 тыс. т (рост составил 3,3% или 0,5 тыс. т). По отношению к июлю 2016 года поставки сократились на 58,5% или на 21,3 тыс. т [82] (Рисунок 10).



Источник: данные Росстата за период 2014-2015 гг.

Рисунок 10 – Динамика объема импорта овощей в Россию, тыс. т

В настоящий момент приоритетной задачей Правительством Российской Федерации было поставлено снижение доли импорта, поддержка отечественных товаропроизводителей в свете политики импортозамещения.

Поскольку агропромышленный комплекс Московской области занимает верхние позиции в рейтинге по Центральному федеральному округу по производству основных видов сельхозпродукции, в частности по овощам – 1 место, молоку – 2 место, мясу скота и птицы – 4 место, картофелю – 5 место, диссертационное исследование основывается на хозяйственных показателях Московской области.

В области находится 685 крупных хозяйств, из них 153 хозяйства убыточных. В 2017 году Министерством сельского хозяйства планируется ввести в оборот 200 тысяч гектаров земель сельскохозяйственного назначения Московской области.

Москва и Московская область с показателем объема производства овощей защищенного грунта: 30,6 тыс. тонн в 2015 году, занимает 7-е место в рейтинге регионов-лидеров по производству овощей защищенного грунта. В структуре валового производства овощей сельскохозяйственные предприятия составляют 32–35%, крестьянские фермерские хозяйства – 4–6% и 59–64% приходится на производство в ЛПХ.

Темп прироста посевных площадей овощей Московской области снизился на 49 % в 2015 году по сравнению с 2000 годом, урожайность овощей показывает положительный темп роста в размере 30 % (в сравнении 2015 года с 2000 годом), что свидетельствует о том, что сельскохозяйственные товаропроизводители за 15 лет начала активно использовать современные технологии возделывания овощных культур для повышения эффективности отрасли (Таблица 2).

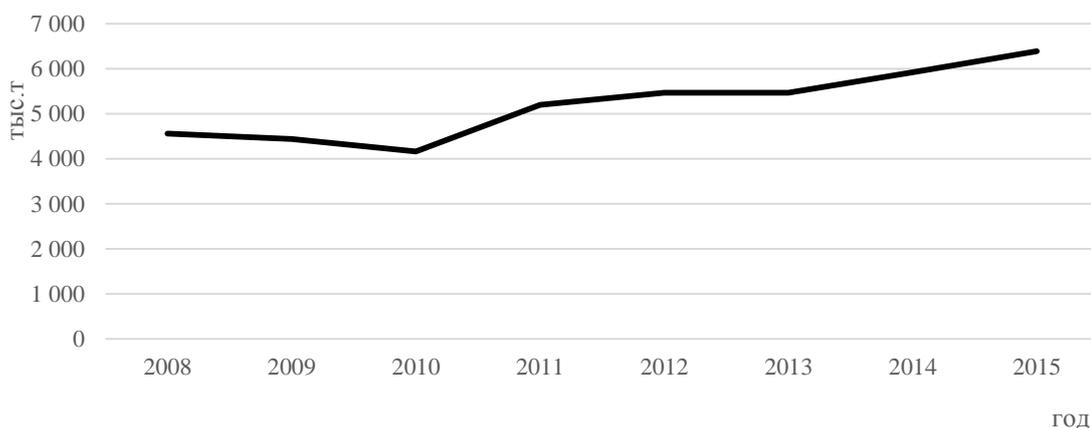
Таблица 2 – Динамика натуральных показателей по производству овощей и картофеля в Московской области в хозяйствах всех категорий

Показатель	2000г.	2005г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Прирост, в % 2015г к 2000г	Прирост, в % 2015г к 2014г
Урожайнос ть овощей, ц/га	204	242	281	286	297	237	295	308	282	250	265	30	6
Валовой сбор овощей, тыс. т	636	535,4	586,3	610,2	614,7	493	649	588	521	501,5	511	-20	2
Урожайнос ть картофеля, ц/га	103	122	142	149	182	118	179	180	173	165	168	63	2
Валовой сбор картофеля, тыс. т	852	638,6	675,2	710,5	904,8	528	916	857	692	737,6	745	-12	1
Посевные площади овощей, тыс. га	26,9	18,8	18,7	19,6	19,3	19,8	20,9	19,2	19	25,8	26,7	-1	3
Посевные площади картофеля, тыс. га	83	52,6	47,7	48,3	49,8	51,4	51,2	50	44,7	41,3	42,5	-49	3
Посевные площади всех сельскохоз яйственны х культур, тыс. га	955	699,4	626,7	611,6	575,8	551	547,8	523	506	498,3	495	-48	-1

*Источник: составлено автором на основе данных Росстата*

Основным регулятором объема производства продукции овощеводства является потребительский спрос – удовлетворение потребностей государства в целом, отраслей, предприятий и, конечно, отдельных граждан через реализацию продукции. Это является основой функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции. Изменение в объемах производства или в уровне потребления приводит к структурным сдвигам всего механизма.

Прирост объема реализации овощей в 2015г. к 2008 г. составил 40%, в 2015г. к 2014 гг. – 8% (Рисунок 11).

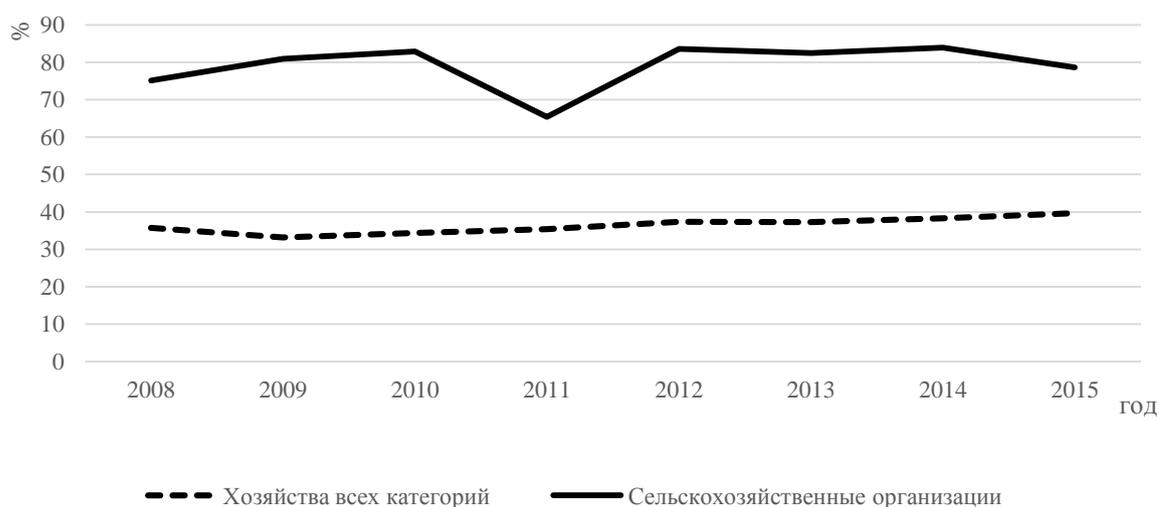


*Источник: Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Московской области*

Рисунок 11 – Объем реализации овощей в хозяйствах всех категорий Московской области, тыс. т

Успешное взаимодействие элементов организационно-экономического механизма рынка овощей во многом определяет уровень товарности сельскохозяйственного производства.

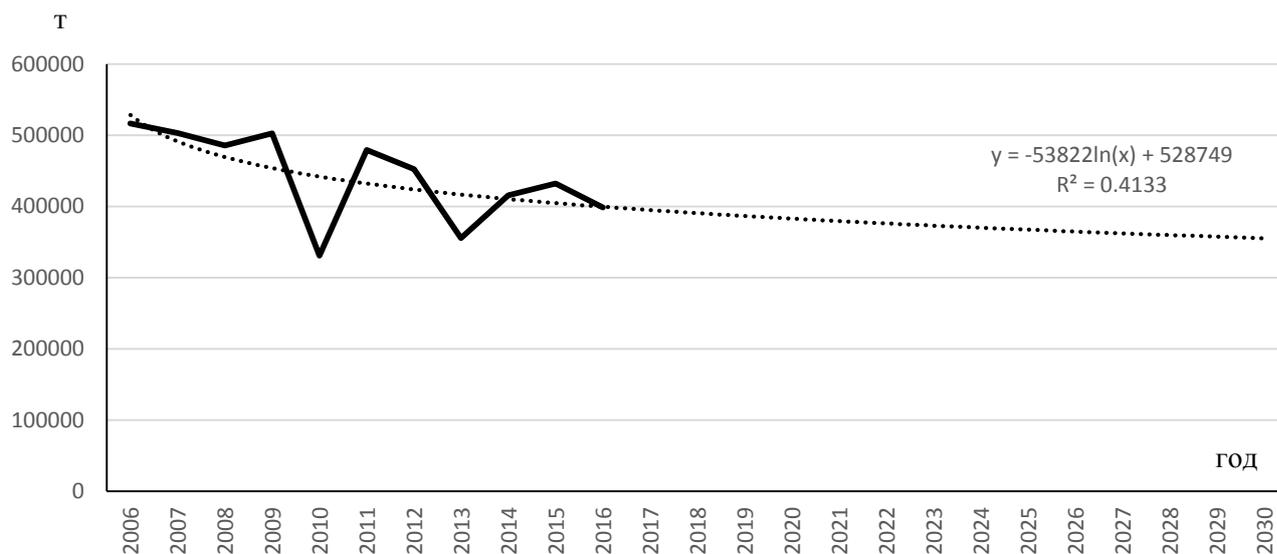
По данным Московской области, в 2015 году, по сравнению с 2008 г. уровень товарности овощей увеличился на 4 % в хозяйствах всех категорий, и на 3,5 % в сельскохозяйственных организациях (Рисунок 12).



*Источник: Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Московской области*

Рисунок 12 – Товарность производства овощей Московской области (реализовано в процентах от общего объема производства)

Тренды и прогнозные значения (на основе данных, приводимых в Приложении И) отдельных районов Московской области показывают, что объемы производимой продукции овощеводства и картофелеводства, в некоторые периоды показывали максимальный валовый сбор овощей и картофеля, далее наблюдается спад (в связи с кризисом 2008 г.) и далее постепенно идет увеличение (учитывая всех производителей) (Рисунок 13).



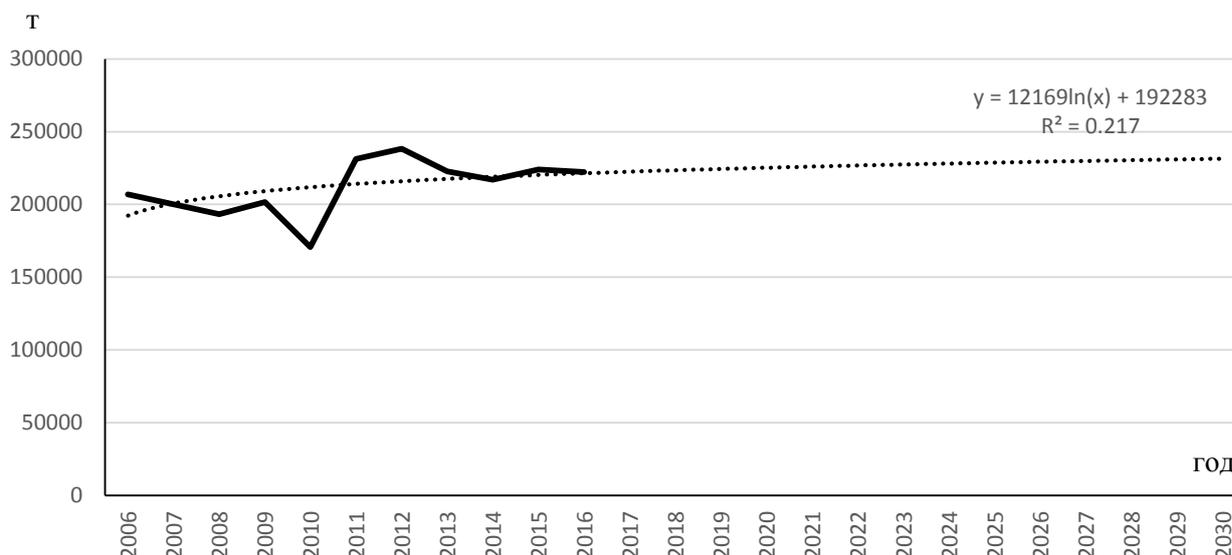
*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз построен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 13 – Объем валового сбора овощей и картофеля в хозяйствах всех категорий в районах Московской области (Ступинском, Ленинском, Раменском, Озерском, Коломенском, Луховицком, Сергиево-Посадском), т

Причинами нисходящего тренда валового сбора овощей и картофеля могут быть как увеличение доли импорта в общем объеме продукции, так и выведение земель сельхоз назначения в крупных размерах, слияние некоторых сельхоз организаций с иностранными конгломератами, и, соответственно, может образоваться некоторый процент потери статистических данных.

Несмотря на падение валового сбора всех хозяйствующих субъектов, К(Ф)Х и хозяйства населения показывают нестабильную динамику, поскольку являются одним из наименее защищенным сектором с, тем не менее, восходящим трендом (Рисунок 14).



*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз построен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 14 – Объем валового сбора овощей и картофеля в К(Ф)Х и хозяйствах населения в некоторых районах Московской области (Ступинском, Ленинском, Раменском, Озерском, Коломенском, Луховицком, Сергиево-Посадском), т

Подробные прогнозные значения валового сбора по каждому району Московской области даны в Приложении И.

По существующим данным мы делаем вывод о том, что несмотря на достаточно урбанизированную территорию, сельскохозяйственный комплекс Московской области представляется высокоинтенсивным, привлекательным для инвестирования не только в существующие проекты по созданию тепличных комплексов, распределительных центров, но и в совершенствование организационно-экономического механизма функционирования рынка в целом, с учетом высоких показателей валовых сборов малыми формами хозяйствования.

Овощеводство защищенного грунта играет ведущую роль в производстве овощей по Московской области. В области насчитывается порядка 38 хозяйств, которые являются тепличными и которые обеспечивают население свежими овощами круглый год, особенно в осенне-зимний период, когда полностью прекращаются поступления свежих овощей из открытого грунта. Валовый сбор

тепличных овощей и зелени увеличивается в основном за счет повышения урожайности.

В целях повышения эффективности работы овощеводства открытого и защищенного грунта, а также сельского хозяйства в целом, наиболее важным инструментом регулирования экономических процессов в аграрной отрасли являются субсидии, получаемые сельскохозяйственными товаропроизводителями. Среди них наиболее действенными являются субсидирование части процентной ставки по краткосрочным кредитам и субсидирование части процентной ставки по инвестиционным кредитам.

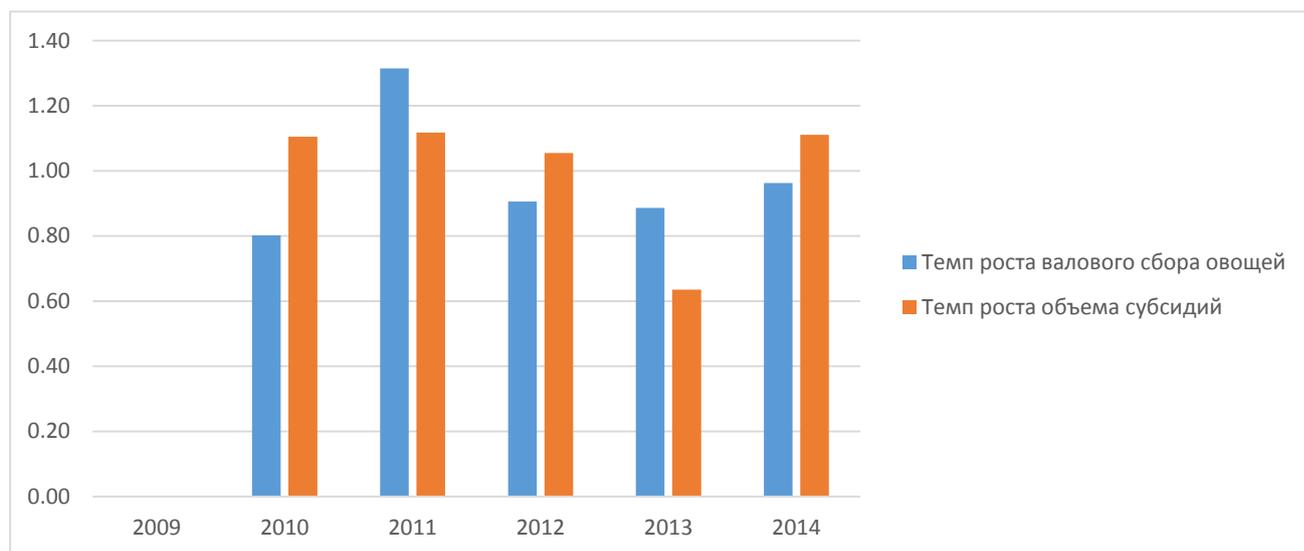
Мы установили, что коэффициент корреляции между выделяемыми государством субсидиями и валовым сбором овощей равен 0,56. Также, как и при сравнении валового сбора картофеля с уровнем субсидий (коэффициент корреляции равен 0,36), связь есть, но она не сильна. Это может свидетельствовать о недостаточно эффективном использовании выделенных государством средств (Таблица 3).

Таблица 3 – Взаимосвязь изменения валового сбора овощей и картофеля и объема субсидий Московской области в рамках Государственной программы развития сельского хозяйства на 2013-2020 гг.

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Темп прироста, 2014 г. к 2009 г., %
Валовый сбор овощей, тыс.т	614,70	493,00	648,50	587,50	520,60	501,50	-18
Темп роста валового сбора овощей, %	-	80	132	91	89	96	-
Валовый сбор картофеля, тыс.т	904,80	527,90	916,40	856,90	691,50	737,60	-18
Темп роста валового сбора картофеля, %	-	58	174	94	81	107	-
Объем субсидий в рамках Государственной программы развития с.-х. на 2013-2020 гг, млн. руб.	6547,4	7237	8086,8	8535,6	5418,7	6020,1	- 8
Темп роста объема субсидий, %	-	111	112	106	63	111	-

*Источник: составлено автором*

На графике можно наглядно проследить, что связь между объемами полученных субсидий и объемами произведенной овощной продукции весьма низкая (Рисунок 15).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 15 – Графическое отображение взаимосвязи темпов роста валового сбора овощей и объема субсидий Московской области за период 2009-2014 гг.

Причинами низкой корреляционной связи могут быть: сезонность аграрного производства; диспропорции в распределении межбюджетных субсидий; длительный период окупаемости инвестиций в аграрном производстве и сложный процесс получения субсидий для малого и среднего агробизнеса, высокие ставки по кредитам [121].

При этом, бюджетом Российской Федерации предусматривается предоставление субсидий на создание товаропроводящей инфраструктуры, расширение рынка сбыта картофеля и овощей, структурирование процесса товародвижения, что повышает эффективность функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

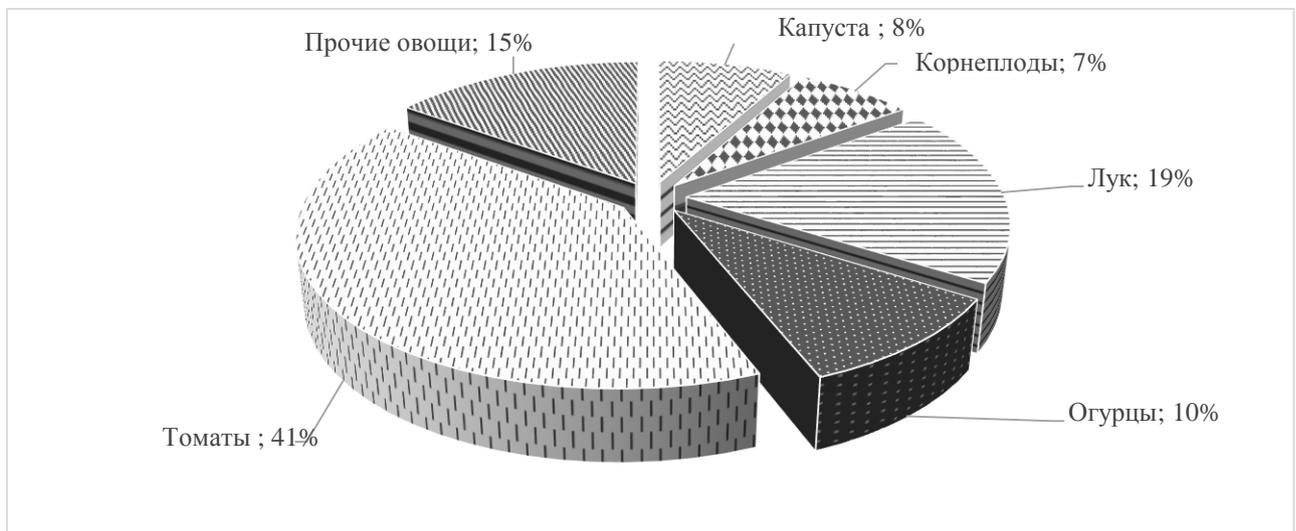
В исследовании установлено низкая степень влияния субсидирования на эффективность производства овощей. Фактор предоставления бюджетных средств не влияет в значительной степени на конечные показатели хозяйственной деятельности предприятий рынка овощной продукции, но,

несомненно, имеет значение в части компенсации затрат на стадии создания многофункциональных распределительных центров.

Для реализации политики импортозамещения государство, в дополнении к имеющейся системе субсидирования в рамках Государственной программы поддержки сельского хозяйства на 2013-2020 гг., ввело субсидии на возмещение части затрат на возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию тепличных комплексов, оптово-распределительных центров.

Помимо роли государства на развитие организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции влияет состояние ценовой конкуренции импортных товаропроизводителей, оказывающих значительное влияние на величину розничных цен в межсезонье.

Ассортимент импортируемых в Московскую область овощей в 2015 году представлен не только теплолюбивыми видами, но и теми сортами, которые могут произрастать во всех зонах России. Это лук (19% объема импорта), огурцы (10,0%), корнеплоды (7,0%), капуста (8,0%), томаты (41,0%) (Рисунок 16).



*Источник: составлено автором на основе данных Росстата*

Рисунок 16 – Структура импорта овощей в Московской области в 2015 г.

Такое положение позволяет говорить о недостатках таможенно-тарифной политики государства, как одного из элементов организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции. Наблюдается слабая степень защиты отечественных товаропроизводителей, что

приводит к низкой конкурентоспособности отечественной продукции по цене и качеству, а также к недостаточной развитости овощеводства защищенного грунта, доля которого в валовом сборе овощей составляет менее 7%, а в количественном выражении в последние 6 лет сохраняется на одном уровне – около 0,7 миллиона тонн, или 22% от объема производства в сельскохозяйственных организациях в целом по стране.

Крупные агрохолдинги Московской области, такие как ГК «Дмитровские овощи», Агрокомбинат «Московский», ГК «Малино» работают по замкнутому циклу производства: посадка овощей, хранение, переработка, доставка заказчику.

Обеспечению полного цикла производства и реализации в ГК «Дмитровские овощи» способствует деятельность входящих в холдинг производственных компаний: ЗАО "Агрофирма "Бунятино", АгроТехноПарк Талдом, ООО "Фрухtring"; компаний по доработке продукции: ООО "Дмитровские разносолы", ООО "Салатерия"; транспортной компании: ТД: ООО "Дмитровские овощи"; компании-поставщика сельскохозяйственной техники: ООО "ДмитровАгроРесурс";

Общий объем производства ГК «Дмитровские овощи» составил порядка 150 тыс. т овощей и овощной продукции в год, при этом более 75 % произведенного объема закладывается на хранение в собственные хранилища, оборудованные по европейским стандартам. Продажи компании повысились в 2015 на 21,67% до 1,10 млрд. руб. Себестоимость продукции за отчетный 2015 год составила 971,30 млн. руб. За 2014 год предприятие получило прибыль до налогообложения в 4,72 млн. руб., что в 2,14 раза выше показателя за аналогичный период прошлого года [102].

В ассортименте холдинга насчитывается более 30 наименований свежих и переработанных овощей, в том числе чищенных и резаных (традиционные – белокочанная капуста, морковь, свекла, лук, картофель, цветная капуста, зеленные культуры, а также салат-латук различной разновидности и сортотипа (айсберг, ромэн, лолла-росса, фризе, фрилис, дуболистный), различные виды

капусты – брокколи, кольраби, китайская, краснокочанная, лук-порей, корневой сельдерей, цуккини, и др.).

Крупные тепличные хозяйства ориентируются на расширение ассортимента, при условии внутривозрастной специализации.

Крупные товаропроизводители имеют возможность круглогодично поставлять свежие и переработанные овощи в розничные сети, в отличие от малых форм хозяйствования, ассортимент продукции которых не так разнообразен и меньше по валовым сборам, в отношении каждого отдельного субъекта.

Однако, затраты компаний на хранение и реализацию приближаются к затратам на выращивание, а иногда и превосходят их. Это понижает экономические показатели производства овощей, а также удельный вес затрат на выращивание овощной продукции в ее полной себестоимости. Например, удельный вес затрат на выращивание в полной себестоимости овощей в 2015-2016 гг. в хозяйствах Дмитровского района в среднем составил 61%, а в ЗАО «Куликово» и в ООО «Фрухтринг» – 43,2% и 41,4% соответственно.

Одно из крупнейших градообразующих предприятий Ленинского района Московской области – ЗАО Агрокомбинат «Московский». Производственный оборот компании составляет более 50% сельскохозяйственного оборота района. Наибольший вес в валовом доходе занимают овощи защищенного грунта, что определяет специализацию предприятия. В хозяйстве 320 гектаров земли, в том числе 319 гектаров – это земли сельскохозяйственного назначения, из них 114 га укрыты теплицами.

Объем произведенной продукции за 2016 год – 58 629 т. овощей. Из них огурца – 15 859 т., томатов – 20 367 т., перца – 453 т., баклажанов – 780 т., зеленых культур – 4 356 т. [101].

Агрофирма «Подмосковное», имеющая уникальный тепличный комплекс в Раменском районе площадью более 10 Га, который является одним из крупнейших тепличных хозяйств в Московской области. Компания также

оказывает услуги по аренде площадей: теплицы, стоянки, склады, нежилые помещения, офисы и земельные участки.

Услуги широкого спектра по продаже овощей защищенного и открытого грунта, а также услуги, связанные с фасовкой, хранением и доставкой продукции предоставляет агрофирма «Нива». Компания обладает всеми необходимыми производственными мощностями для производства, хранения, переработки, фасовки и транспортировки сельскохозяйственной продукции. Компания за 2015 год получила чистую прибыль в 41,04 млн. руб., что на 24,15% меньше показателя за аналогичный период прошлого года. Себестоимость продукции выросла за 2015 год и составила 125,93 млн. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в 97,52 млн. руб.

Для производителей овощей затраты на хранение складываются из амортизационных отчислений на холодильные камеры и оборудование, стоимости расхода электроэнергии, общехозяйственных и общепроизводственных расходов, заработной платы обслуживающего персонала. Помимо этого, дополнительными затратами являются затраты на реализацию продукции, включающие ее переборку, ручную зачистку кочанов и затаривание их в сетки, транспортировку.

Производственная себестоимость овощей в крупных специализированных организациях с промышленной технологией их выращивания (включая посадочные материалы) значительно ниже показателей хозяйств с меньшим валовым сбором овощной продукции. К среднероссийскому показателю (451 руб./ц) она ниже по капусте в 1,6-2,2 раза, моркови – 1,9-2,8 раза, луку – 2,9-3,4 раза и свёкле – 3-4 раза.

По материалам агрохолдинга «Московский» себестоимость производства овощей в зимний период может достигать 200 руб./кг, в весенний период падает до 70 руб./кг, а летом — до 30 руб./кг. Поэтому в определенный период производство овощей становится невыгодным, поскольку стоимость производства выше среднерыночной. Также немаловажной является транспортная составляющая, которая неизменно забирает 6–8 % [101].

Основные затраты в структуре производственной себестоимости овощей в крупном специализированном хозяйстве приходятся в среднем на механизацию (33,6 %), заработную плату (14,2 %), семена и рассада (7,2 %), накладные расходы (30 %), удобрения и средства защиты растений (10,8 %), ГСМ (3,2 %)

Ключевым показателем эффективности производства овощей и их реализации является рентабельность. Рентабельность производства овощей в крупных сельскохозяйственных предприятиях, таких как ЗАО «Куликово», ЗАО «Озеры», превышает в 1,2 раза уровень рентабельности производителей малых форм хозяйствования.

Доход от реализации овощной продукции (разность договорной цены реализации и полной себестоимости) по месяцам хранения колеблется: по капусте: от 1,8 руб./кг. в апреле до 13 руб./кг в июне; по моркови: от 0,5 руб./кг. в декабре до 11,8 руб./кг. в июне; по свёкле: от 0,2 руб./кг. в апреле до 8,6 руб./кг. в июне; по луку: от 0,6 руб./кг. в декабре до 16,7 руб./кг. в июле.

В крупнотоварных овощеводческих хозяйствах даже при больших затратах на реализацию выращенной продукции и снижении доли на выращивание в полной себестоимости до 41 %, уровень рентабельности в среднем за 4 года составляет 27 % в агрофирме «Бунятино» и 28 % в ЗАО «Куликово» (при годовых колебаниях 11,2–44,7%). Рентабельность производства постоянно снижается из-за регулярного повышения тарифов на энергоносители.

Таким образом, крупнотоварное производство овощей даже в нынешней сложной экономической ситуации и при больших затратах на их реализацию рентабельно, хотя фактический уровень рентабельности ограничивает расширенное воспроизводство (Таблица 4).

Экономические показатели производства крупных предприятий против производителей малых форм хозяйствования превышают по выручке на 1 га в 1,8-7,6 раза; по выручке на 1 чел.-ч трудозатрат – 1,5-2,8 раз; по усредненной рентабельности в 1,4-1,6 раза [84].

Таблица 4 – Динамика площади хозяйств и рентабельности производства овощей в хозяйствах Московской области

Годы	ЗАО "Куликово"		АФ "Бунятино"		ЗАО "Озеры"		ИП Горшков А.А.	
	Площадь, га	Рентабельность, %	Площадь, га	Рентабельность, %	Площадь, га	Рентабельность, %	Площадь, га	Рентабельность, %
2010	440	44,7	410	29,7	614	25,8	80	25,3
2011	510	19	555	38	620	32,5	95	16,8
2012	497	36,7	595	16	590	30	112	17,3
2013	520	34,2	560	17,2	610	25	115	10,1
2014	540	35,1	540	15	615	27,4	120	12,5
2015	650	30,6	570	16,3	600	31,6	120	11
2016	680	33,8	610	17,5	613	30,1	130	13,4
В среднем	548,1	33,4	548,6	21,4	608,9	28,9	110,3	15,2

*Источник: составлено автором на основе данных организаций*

По нашему мнению, уровень рентабельности производства овощей крупных и малых производителей должен достигать 50 % и более для того, чтобы предприятия имели возможность вести расширенное воспроизводство, повышать техническое и технологическое вооружение производства, увеличивать заработную плату, использовать качественные семена и удобрения, вести производство в защищенном грунте.

Резюмируя рассмотренные характеристики производителей овощей и производственной инфраструктуры, делаем вывод о достаточно низкой обеспеченности тепличными площадями России, по сравнению со странами с аналогичными климатическими условиями, по причине постепенного сокращения площадей защищенного грунта за счет выбытия старых промышленных теплиц. Также большую долю в структуре затрат занимают транспортные расходы и расходы, связанные с хранением и реализацией продукции. Это ведет к востребованности в современных оптово-распределительных центрах для сокращения издержек хранения, доставки и реализации продукции овощеводства до конечного потребителя.

В настоящее время в Московской области существуют такие крупные оптово-распределительные комплексы как: «Четыре сезона», партнерами которого являются не только российские товаропроизводители, но и турецкие,

иранские, ближневосточные страны; центры крупных розничных сетей ГК «ДИКСИ», «Магнит», X5 Retail Group, «Ашан»; самый большой оптово-продовольственный центр в России и Европе – «ФУД СИТИ» .

Подробная характеристика существующих оптово-распределительных комплексов Московской области представлена в Приложении Л.

Дополнительно к этому можно отметить, что товародвижение овощей от производителя до потребителя характеризуется низкой дисциплиной выполнения договорных обязательств, несоблюдением ритмичности поставок, высокими издержками обращения. В целом, оно носит бессистемный, эпизодический характер.

Доктор экономических наук Родионова О.А. в ходе своего исследования рассматривает анализ соотношения и взаимодействие малого и крупного производства и прогнозирует развитие сельского хозяйства с ориентацией на крупное производство, которое обеспечит эффект масштаба при углублении специализации и повышении концентрации [115].

В условиях тяжелого финансового положения сельскохозяйственных организаций Московской области, занятых выращиванием овощей, наиболее быстрым и эффективным путем увеличения их производства, улучшения обеспечения населения продукцией отечественного производства является совершенствование оптово-распределительных центров, создание паритетных условий входа на рынок для каждого производителя.

## 2.2 Анализ потребителей овощной продукции

Рассмотрев характеристику производителей овощной продукции, логичным является рассмотреть и проанализировать потребителей овощной продукции, поскольку хозяйственная деятельность агробизнеса зависит от сезонных колебаний в потреблении отдельных видов продукции, в особенности овощной продукции.

В соответствии с рекомендациями по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, утвержденными Министерством здравоохранения Российской Федерации, норма потребления овощей на человека составляет 140 кг. в год. Однако, объем потребляемых овощей, входящих в потребительскую корзину на 2017 год, для трудоспособного населения, согласно расчетам правительства, за год составляет 114,6 кг.

В организационно-экономическом механизме взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции в роли потребителей выступают:

- промышленные предприятия, покупающие товары и услуги для производства товарной продукции и продажи ее другим потребителям;
- предприятия оптовой торговли, закупающие крупные партии овощной продукции для оптовой реализации;
- предприятия розничной торговли, приобретающие товары у предприятий-производителей и предприятий оптовой торговли для перепродажи их конечным потребителям;
- государственные предприятия, покупающие значительное количество товаров рынка овощей для деятельности государственных сфер экономики и формирования материально-технической базы правительственных и муниципальных учреждений;
- конечные потребители, приобретающие товары и услуги для личного пользования.

Основными факторами, которые влияют на поведение покупателей, являются: цена продукции, внешний вид, соответствие качества продукции требованиям, репутация производителя и так далее (Рисунок 17).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 17 – Факторы, влияющие на поведение покупателя

Покупательская способность формирует емкость овощной продукции.

Потенциальной емкостью признается максимально возможный объем потребляемой продукции, который определяется из расчета, что все потенциальные потребители пользуются товарной категорией в полном объеме. Фактическая или реальная емкость – размер потребляемой продукции, основанный на текущем уровне развития спроса на овощную продукцию. Фактическая емкость определяется на основании текущего уровня потребления.

За последние 15 лет численность населения Московской области увеличилось на 690 тыс. человек и, согласно прогнозу Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Московской области, к 2030 году увеличится еще на 992 тыс. человек по сравнению с 2015 г. [105].

Численность населения оказывает влияние на увеличение потребности в продовольствии, в том числе в овощах, занимающих в структуре потребительской корзины населения Московской области третье место после хлебобулочных изделий и картофеля (Таблица 5).

Таблица 5 – Расчетная емкость рынка овощей и картофеля Московской области в количественном выражении за период 2000-2016 гг.

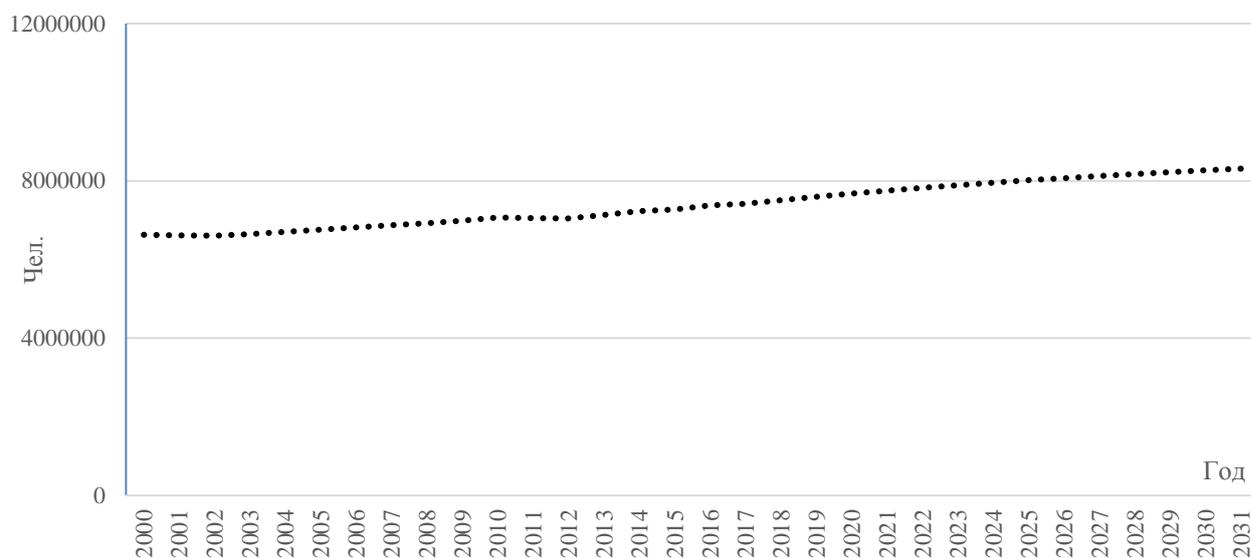
Годы	Все население, чел.	Фактическое потребление овощей, кг/чел в год	Фактическое потребление картофеля, кг/чел в год	Расчетная емкость рынка овощей в количественном выражении, тыс. т	Расчетная емкость рынка картофеля в количественном выражении, тыс. т
2000	6628235	79	109	523,63	722,48
2001	6613517	75	108	496,01	714,26
2002	6609153	73	105	482,47	693,96
2003	6644102	73	101	485,02	671,05
2004	6704033	74	100	496,10	670,40
2005	6760297	74	96	500,26	648,99
2006	6815337	81	107	552,04	729,24
2007	6871095	82	102	563,43	700,85
2008	6926692	90	103	623,40	713,45
2009	6991111	104	110	727,08	769,02
2010	7065211	96	101	678,26	713,59
2011	7052459	99	111	698,19	782,82
2012	7048084	101	111	711,86	782,34
2013	7133620	102	115	727,63	820,37
2014	7231068	103	112	744,80	809,88
2015	7274857	104	112	756,59	814,78
2016	7374271	105	113	774,30	833,29

*Источник: составлено автором на основе данных Росстата*

Расчетная емкость рынка за годовой период определена, как численность населения области (чел.), умноженная на норму потребления овощей (либо картофеля) за указанный период (килограмм на человека в год).

Потенциальная емкость тепличного рынка области, как минимум в два раза, выше текущего потребления овощей.

Демографические процессы отражаются в таких показателях, как численность населения территории, структура населения по полу, возрасту, уровню образования, доходам и тому подобное. Так как основными покупателями на потребительских рынках являются физические лица или семьи, то ключевую роль в данной группе отводят численности населения (Рисунок 18).



*Источник: составлено автором на основе данных Росстата за 200-2016 гг. с прогнозом до 2031 г.*

Рисунок 18 – Динамика численности населения Московской области с прогнозом до 2031 гг.

Согласно прогнозу, население Московской области увеличивается, а значит объемы потребления продукции и рынок овощей также должны увеличиваться.

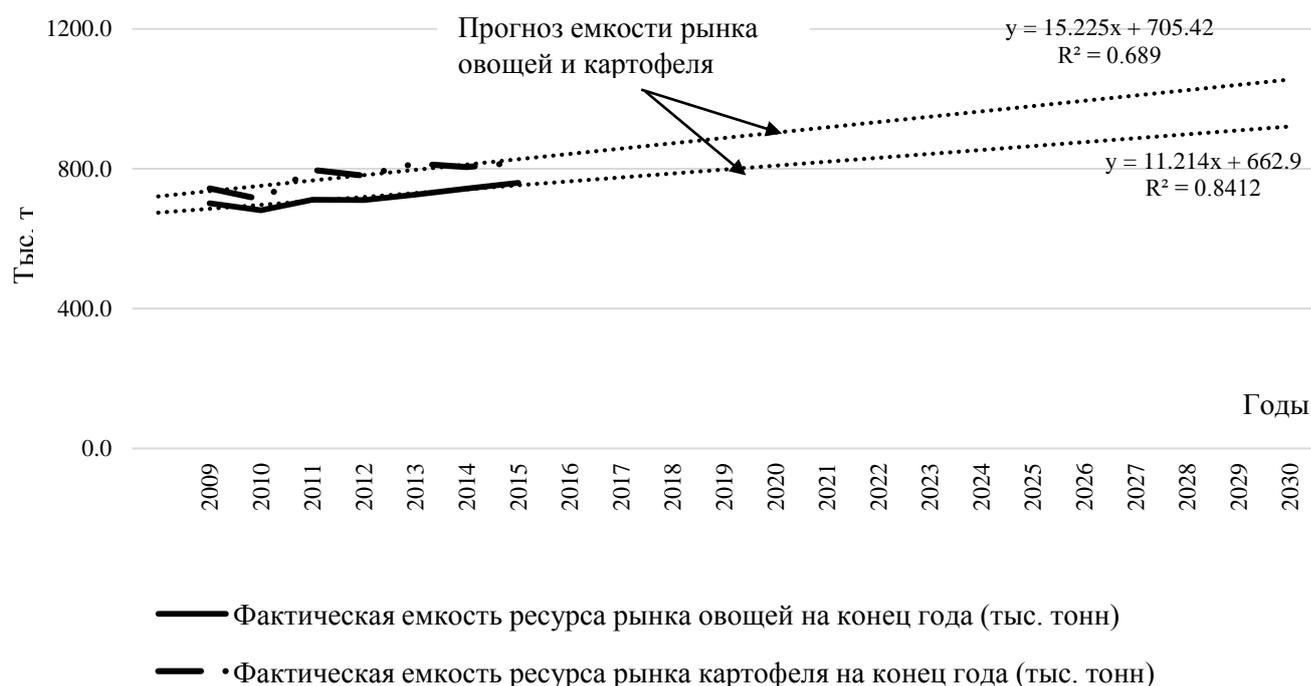
Несмотря на то, что производители Московской области имеют тенденцию к наращиванию объемов производства, стоит отметить, что более 7% российского овощного рынка формируется за счет импортной продукции, что свидетельствует о неспособности отечественных производителей удовлетворять внутренний спрос. Внутренний спрос на тепличную продукцию Московской области удовлетворяется за счет отечественных овощей в среднем на 50 %.

Отечественным товаропроизводителям следует находить новые пути для удовлетворения спроса на рынке, уметь корректировать объемы производства в соответствии с изменяющимися условиями, как политическими,

экономическими, социальными, так и природно-климатическими. Это необходимо для обеспечения круглогодичного товародвижения на рынке овощей.

Значение Московской области в экономике Центрального Федерального округа очень велико. Перспективы развития экономики федерального округа определяются накопленным производственным и научно-техническим потенциалом, высокоразвитой кредитно-финансовой и транспортной инфраструктурой с выходом на западноевропейские транспортные стандарты, а также наличием широкого круга перерабатывающих производств сельскохозяйственной продукции.

К 2020 году инвестиционным планом развития производства овощей защищенного грунта предусматривается достижение 100% уровня обеспеченности жителей Московской области свежими овощами (Рисунок 19).



Источник: составлено автором

Рисунок 19 – Прогноз емкости рынка овощей и картофеля Московской области до 2030 г., тыс. т

Для прогнозных расчетов были учтены не только объемы производства овощей, но и картофеля, поскольку в расчетах Главы 3 будут использованы значения производства овощей и картофеля малых форм хозяйствования, спецификация которых находится на низком уровне, по сравнению с крупными товаропроизводителями, а значит при прогнозировании сбыта продукции малых форм хозяйствования необходимо учитывать сбыт всей продукции овощеводства, в том числе и картофеля.

Прогнозы емкости рынка овощей и картофеля, построенные с помощью линейного тренда, признаются достоверными, поскольку величина аппроксимации равна 0,8 и 0,7 соответственно.

Прогнозные значения емкости рынка овощей к 2030 г. достигнут значения 950 тыс. т, что на 250 тыс. т превысит значения емкости 2015 г. На рынке картофеля также ожидается рост емкости к 2030 г. до значения 1028 тыс.т.

Для удовлетворения круглогодичного уровня потребления овощей и картофеля не только конечных потребителей, но и перерабатывающих компаний с полным циклом производства, необходимо стимулировать существующие отечественные хозяйства открытого и защищенного грунта, создать паритетные условия в том числе и для малых форм хозяйствования, например, при создании оптово-распределительных центров предусмотреть условия взаимодействия для малого и среднего бизнеса.

Структура потребления определяется уровнем доходов населения, а также на способность потребителей покупать определенные товары и услуги. Рост или падение потребления товаров и услуг – это сильно агрегированные показатели. Индекс потребительского доверия россиян за I квартал 2016 года составил 63 пункта. В 2015 г. за этот же период этот индекс составлял 72 пункта.

Рост уровня бедности привел к отказу конечных потребителей от товаров не первой необходимости. Половина затрат покупателей приходится на покупку продуктов питания. Последний раз такая тенденция наблюдалась в 2008-2009 годы. В целом уровень россиян, стремящихся к экономии, составил за указанный период 76 %. Отмечается рациональность потребителей в выборе магазинов. 61%

опрошенных отказались от покупки новой одежды, еще 52 % перешли на более дешевые продукты, 59 % отказались от развлечений, еще 45 % – от покупки электроники.

При падении доходов населения покупка овощной продукции, как компонента потребительской корзины, снижается, поскольку меняется и рацион питания, смещаясь в сторону хлеба и картофеля.

Объем потребления картофеля в 2014 году вырос на 20 %, в то время как продажи остальных продуктов снизились – овощей купили в 2015 году на 10 % меньше, чем в 2014 г. [124].

Среднедушевые денежные доходы в среднем по стране в июне 2016 года составили 56 212 руб. Денежные доходы жителей Московской области в расчете на душу населения в июне 2016 года по сравнению с аналогичным месяцем 2015 года увеличились на 5,9 % – до 40,437 тысячи рублей, расходы выросли на 4,2 % – до 35,380 тысячи рублей, следует из отчета Мособлстата.

Реальные располагаемые денежные доходы в расчете на душу населения (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) в июне 2016 года по сравнению с июнем 2015 года уменьшились на 2,8 %, за январь-июнь 2016 года по сравнению с январем-июнем 2015 года – на 0,3 %, добавляется в документе [84].

Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций всех категорий в июне 2016 года составила 46 032,9 руб. и увеличилась по сравнению с июнем 2015 года на 9,7 %, по сравнению с маем 2016 года – на 6,8 %. Реальная заработная плата, рассчитанная с учетом индекса потребительских цен, в июне 2016 года уменьшилась по сравнению с июнем 2015 года на 0,2 %, по сравнению с маем 2016 года увеличилась на 6,8 % (Рисунок 20).



*Источник: данные Росстата*

Рисунок 20 – Реальные располагаемые денежные доходы населения (в % к декабрю 2013 г.)

Одной из проблем нарушения эффективного взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции в рамках организационно-экономического механизма, является отсутствие информации о причинах, сдерживающих прямую закупку овощной продукции у отечественных товаропроизводителей, в том числе малых форм хозяйствования.

Автором подготовлен бально-рейтинговый опрос для изучения влияния причин на развитие взаимодействия между производителями и потребителями овощной продукции (Приложение Д).

Метод опроса позволяет в кратчайшие сроки получить данные для оценки причин, оказывающих влияние на выбор производителя, а, соответственно, влияющих на предпосылки развития организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Методом опроса были получены данные от некоторых субъектов организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции Московской области. Анкета, используемая в опросе, разработана автором исследования.

Участниками опроса были выбраны следующие категории потребителей овощной продукции Московской области:

- организации, оказывающие услуги в сфере общественного питания и закупающие овощную продукцию с целью ее переработки, приготовления, продажи посетителям;

- перерабатывающие компании, закупающие продукцию для ее дальнейшей переработки и реализации;

- конечный потребитель, который может приобрести продукцию либо в розничных магазинах, либо на ярмарках, либо непосредственно на базе оптово-распределительных центров с целью личного использования.

Анализ результатов, полученных с помощью анкетирования, определяет рейтинг причин, сдерживающих закупку указанных категорий потребителей у отечественных производителей, в том числе малых форм хозяйствования.

Ниже представлены результаты исследования каждой категории участников рынка.

Для опроса организаций, оказывающих услуги в сфере общественного питания, было выбрано 30 компаний и выявлено, что основными факторами, которыми руководствуются организации общественного питания при выборе поставщика, являются: стабильность объемов поставок, документальное подтверждение качества продукции, транспортные расходы на доставку продукции.

Выбранные организациями общественного питания факторы являются причинами, которые исключают возможность малых форм хозяйствования конкурировать с крупными товаропроизводителями, у которых есть договоры поставки с розничными сетями, крупными ритейлерами, которые гарантируют выполнение необходимых для организаций общественного питания условий сотрудничества (Таблица 6).

Таблица 6 – Результаты опроса организаций, оказывающих услуги в сфере общественного питания

Балл	Факторы	Удельный вес в общем числе респондентов, %
10	Стабильность объемов поставок	30
9	Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией	16
8	Транспортные расходы на доставку продукции	11
7	Закупочная цена	12
6	Продукция, отсортированная и упакованная	10
5	Репутация производителя/поставщика на рынке овощной продукции	8
4	Продукция отечественного товаропроизводителя	5
3	Заинтересованность покупателей в продукции отечественного производства	4
2	Продукция импортного производства	3
1	Продукция без подтверждения качества и безопасности	1

*Источник: составлено автором*

Для проведения опроса перерабатывающих компаний, закупающих продукцию для ее дальнейшей переработки и реализации, было выбрано 10 организаций.

Было выявлено, что основными факторами, которыми руководствуются перерабатывающие компании при выборе поставщика, являются: закупочная цена (фактор аргументирован дальнейшими вложениями компаний на первичную и последующую переработку продукции), транспортные расходы на доставку продукции и стабильность объемов поставок.

Выбранные перерабатывающими организациями факторы являются причинами, которые одновременно исключают возможность малых форм хозяйствования конкурировать с крупными ритейлерами, которые гарантируют компаниям-переработчикам выполнение приоритетных условий сотрудничества с предложением, например, снижения цены на приобретение продукции, получения оптовых скидок и другие акционные выгодные предложения взаимодействия (Таблица 7).

Таблица 7 – Результаты опроса перерабатывающих компаний, закупающих продукцию для ее дальнейшей переработки и реализации

Балл	Факторы	Удельный вес в общем числе респондентов, %
10	Закупочная цена	25
9	Транспортные расходы на доставку продукции	16
8	Стабильность объемов поставок	14
7	Репутация производителя/поставщика на рынке овощной продукции	12
6	Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией	10
5	Продукция импортного производства	8
4	Продукция отечественного товаропроизводителя	7
3	Продукция без подтверждения качества и безопасности	5
2	Заинтересованность покупателей в продукции отечественного производства	2
1	Продукция, отсортированная и упакованная	1

*Источник: составлено автором*

Важной категорией потребителей в системе организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции является конечный потребитель, который может приобрести продукцию либо в розничных магазинах, либо на ярмарках, либо непосредственно на базе распределительного центра с целью личного использования. Для проведения опроса было выбрано 50 респондентов.

Установлено, что основными факторами, которыми руководствуются конечные потребители при выборе производителя продукции овощеводства, являются: закупочная цена, желание приобретать продукцию отечественного производства, а также приобретать продукцию, прошедшую первичную стадию обработки (очистка, сортировка, упаковка).

Эти факторы одновременно являются причинами, которые исключают возможность малых форм хозяйствования конкурировать с крупными ритейлерами, розничными сетями, продуктовыми центрами, которые гарантируют выполнение указанных задач и могут предложить конечным

потребителям через розничные сети большой ассортимент продукции, с различной степенью обработки, в том числе и импортной (Таблица 8).

Таблица 8 – Результаты опроса конечных потребителей овощной продукции

Балл	Факторы	Удельный вес в общем числе респондентов, %
10	Закупочная цена	45
9	Продукция отечественного товаропроизводителя	17
8	Продукция, отсортированная и упакованная	11
7	Заинтересованность в ассортименте продукции	9
6	Репутация производителя/поставщика на рынке овощной продукции	8
5	Транспортные расходы на доставку продукции	4
4	Стабильность объемов поставок	2
3	Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией	2
2	Продукция импортного производства	1
1	Продукция без подтверждения качества и безопасности	1

*Источник: составлено автором*

По результатам проведенного опроса и выставленным респондентами баллов для каждого рассматриваемого фактора, влияющего на взаимодействие производителей и потребителей, а также на степень доверия потребителей, был составлен рейтинг факторов, препятствующих функционированию малых форм хозяйствования в общей системе товарооборота на паритетных условиях.

Итак, основными причинами, влияющими на выбор производителя овощной продукции, являются:

1. Закупочная цена;
2. Транспортные расходы на доставку продукции;
3. Стабильность объемов поставок;
4. Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией.

Выявленные в ходе исследования факторы не только позволят менеджерам предприятий обеспечить быстрое реагирование на изменение условий взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, но и в целом помогут избежать несовершенства организационно-экономического

механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, обосновать необходимость изменений условий функционирования малого и среднего бизнеса в вопросах хранения, переработки, реализации продукции.

В результате проведенного исследования выявлена приоритетность факторов, которая позволяет обоснованно подходить к принятию решения по совершенствованию организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

### **2.3 Приоритетные направления по вовлечению малых форм хозяйствования в общую систему товародвижения овощной продукции**

Проведенное исследование производителей и потребителей овощной продукции Московской области позволило выявить наличие следующих проблем:

- асинхронность организации товародвижения, вызванная сезонностью производства и заготовки продукции, случайным характером формирования взаимодействия между производителями сельскохозяйственной продукции, с одной стороны, ее заготовителями и торговой сетью с другой, отсутствием долгосрочных контрактов, что приводит к неполной загрузке мощностей по транспортировке и хранению продукции и, как следствие, к возникновению избыточных транзакционных издержек;

- значительная доля нестандартной продукции, производимой в малых формах хозяйствования, требует больших затрат на ее сортировку и сводит до минимума возможность ее отправки в ритейловые торговые сети;

- хронический дефицит оборотного капитала у предприятий перерабатывающей промышленности ведет к снижению спроса на сельскохозяйственное сырье местного производства;

- «теневой» характер деятельности части индивидуальных предпринимателей и малых предприятий, занимающихся заготовкой и транспортировкой сельскохозяйственной продукции ведет к формированию низких закупочных цен, не обеспечивающих достаточную доходность ведения агробизнеса в малых формах хозяйствования.

Вместе с тем, несмотря на прогнозируемый рост валового сбора овощной продукции в хозяйствах области, одной из наиболее актуальных проблем развития сельского хозяйства области является вопрос сбыта сельхозпродукции, произведенной сельскохозяйственными производителями.

При этом важным условием формирования эффективной сбытовой системы в овощеводстве, в том числе и защищенного грунта, является выявление резервов снижения затрат на производство, хранение, переработку и реализацию. Снижение затрат в конкретном предприятии (организации) способствует конкурентоспособности в рыночных отношениях. Решение указанных вопросов наиболее актуально для эффективного функционирования малых форм хозяйствования.

Одновременно, если происходит сокращение производства овощной продукции и снижается покупательная способность населения, значение распределительной деятельности заключается в эффективном и быстром продвижении продуктов питания до конечного потребителя, а также распределении пропорциональных доходов между субъектами организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Выявлено, что улучшение финансового положения сельскохозяйственных товаропроизводителей невозможно без восстановления паритетности внутри межотраслевого обмена. Другими словами, необходимо существенно пересмотреть ориентиры и приоритеты государственной поддержки. Практически все элементы механизма воздействия государства на взаимодействие производителей и потребителей следует привести в соответствие с интересами как сельскохозяйственных товаропроизводителей, так и потребителей.

В настоящее время взаимодействие производителей и потребителей также оказывается зависимым от поставщиков средств производства, которые устанавливают монопольно высокие цены, и посредников, сдерживающих обеспечение товаропроизводителей финансовыми средствами от продажи продуктов питания.

Организации, поставляющие сельскохозяйственным производителям промышленные товары и услуги, могут стать одной из причин инфляции, поскольку организации, закупающие их продукцию по завышенным ценам, не

имеют возможности реализовывать продукцию и тем самым окупать стоимость закупленных средств производства.

В то же время посредники, которые порой являются единственным каналом реализации овощной продукции, имеют высокие, по сравнению с малым и средним бизнесом, доходы. В связи с этим, значительная часть сельскохозяйственной продукции, производимая отечественными производителями, портится, не достигнув конечного потребителя.

В частности, потери по картофелю, овощам и ягодам достигают 30%, по фруктам – 25%. В целом из-за нарушений при уборке, переработке, хранении, транспортировке и реализации свежих овощей и фруктов только 35-50% произведенной в РФ продукции доходит до конечного потребителя с качеством, соответствующим требованиям ГОСТа.

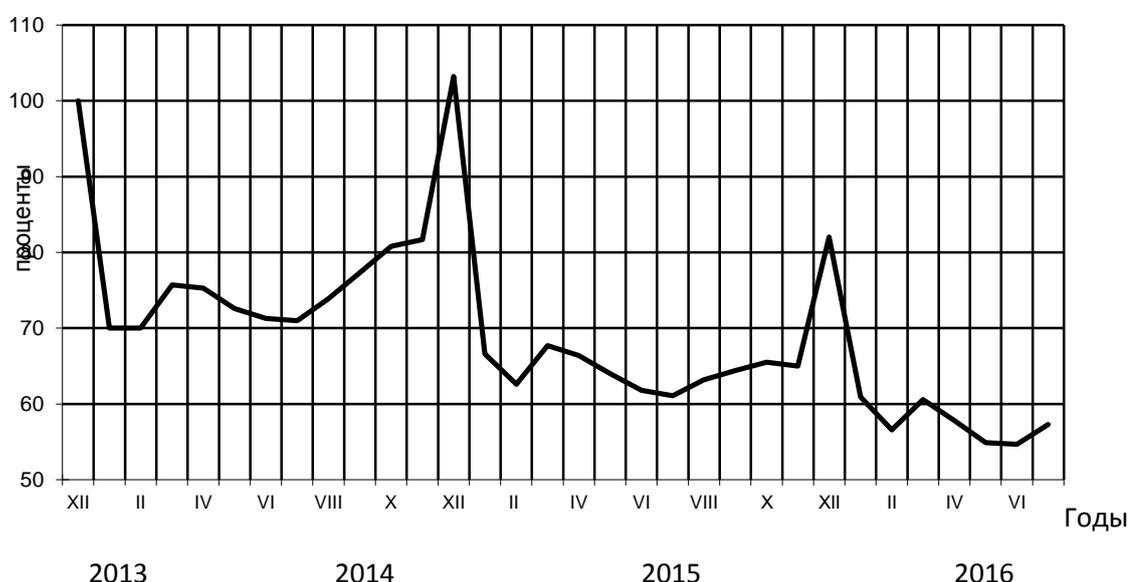
Согласно усредненным данным Росстата за период 2008-2015 гг. потери при производстве овощной продукции составляют порядка 5-20% от совокупных потерь, при транспортировке – порядка 5-10%, при переработке составляют 5-10%, при хранении от 10 до 20%, а также потери в местах реализации могут достигать 10%.

Одной из основных причин сложившейся ситуации является моральное и физическое устаревание объектов основных средств производств и объектов производственной инфраструктуры. Это влияет на низкую обеспеченность хозяйств специальной сельскохозяйственной техникой и технологическим оборудованием для овощеводства и картофелеводства, технологическая отсталость большинства пищевых и перерабатывающих предприятий, отсутствие высокопроизводительной техники для производства и мощностей по переработке картофеля также негативно сказывается на развитии данной отрасли.

Кроме того, проблема потери овощной продукции при различных стадиях движения товара имеет не только производственный, но и явно выраженный инфраструктурный аспект. Поэтому необходимо создать материальные предпосылки в виде общедоступных товаропроводящих структур, позволяющих

быстро продвигать продукт от производителя к потребителю с наименьшими потерями его количества и качества.

Розничный товароборот – один из основных показателей, по которому оценивается хозяйственная деятельность организаций. Он отражает выручку от продажи населению потребительских товаров для личного потребления и зависит от множества факторов, важных для покупателей, таких как формат торговли, ширина ассортимента и качество предлагаемой продукции, уровень обслуживания, предоставляемые скидки и другие акции по стимулированию продаж (Рисунок 21).



*Источник: данные Росстата*

Рисунок 21 – Динамика оборота розничной торговли Московской области в % к декабрю 2013 г.

В январе-июле 2016 года оборот розничной торговли на 87,7% сформировался торгующими организациями. Доля продажи товаров на рынках составила 12,3 % (в январе-июле 2015 года – 15,5 %).

Недостаток товарной массы отечественной овощной продукции на рынке, наряду с ростом валового производства, компенсируется через развитие крупных сельхозпроизводителей (в сочетании с производителями малых форм хозяйствования), а также вовлечением в производство (включая переработку и реализацию) всех производителей продукции овощеводства, муниципальных

организаций (независимо от форм собственности и подчинённости) через кооперацию в предлагаемую кооперативно – государственную систему районного уровня для зон, вне крупных городов и промышленных центров.

Однако, сложившаяся ситуация не предполагает паритетные условия для малых и средних по объёму продукции производителей. Перерабатывающие и оптово-розничные компании не готовы к нестабильным поставкам продукции (продукция К(Ф)Х и ЛПХ выращивается, в основном, в открытом грунте).

В связи с тем фактом, что производителю необходимо в срок сбыть продукцию (поскольку овощи – скоропортящийся продукт), перекупщики закупают товар по минимальной рыночной цене, оставляя производителей без свободных средств к расширению производства, использованию передовых технологий выращивания продукции, закупки высококачественных семян, организацию овощепроизводства в защищенном грунте – строительство теплиц для обеспечения круглогодичного выращивания овощей, увеличению заработной платы рабочим.

Анализ взаимодействия хозяйствующих субъектов рынка овощей в цепи «производитель – розничная торговля» показывает, что самым уязвимым в ней является сельский товаропроизводитель, что в определяющей степени связано с неразвитостью инфраструктуры товародвижения.

Несоответствующие условия для хранения свежих овощей, транспортных средств и тары для их перемещения в условиях отсутствия цивилизованных организаторов оптовой торговли (аукционов, распределительных центров) ведет к тому, что даже крупные сельскохозяйственные организации вынуждены реализовывать основной их объем оптовикам (плодоовощным базам) в сезон уборки по средним и минимальным ценам. Поскольку цена производителя в оптовом звене увеличивается на 20-30 %, а в рознице – еще на 30-40 %, доля товаропроизводителей в конечной цене получается слишком малой, и они теряют значительную часть своей выручки. При этом имеет место слабая информированность их о ценовой ситуации на рынке.

В аналогичном положении находятся крестьянские фермерские хозяйства и хозяйства населения, реализующие продукцию мелким оптом. При сложности единоличной доставки своей продукции на ближайшие рынки они продают ее перекупщикам, которые берут на себя затраты на перевозку, снижая при этом цену закупки. Сбытовые кооперативы товаропроизводителей, а также заготовительная деятельность потребительской кооперации, до последнего времени, так и не получили своего должного развития.

Несмотря на большие возможности и потенциал, которым обладает овощеводство защищенного грунта, современный уровень его развития в Московской области остается недостаточным и носит неустойчивый характер. Даже в ведущих хозяйствах с прогрессивными технологиями производства выявлены низкие экономические показатели эффективности.

Считаем необходимым выделить следующие проблемы в сфере сбыта продукции малых форм хозяйствования:

- низкая потребительская привлекательность овощной продукции из-за отсутствия системы стандартизации фермерских продуктов. Как результат – отсутствие заинтересованности розничных сетей в работе с малыми формами хозяйствования;

- более высокая себестоимость продукции по сравнению с импортной;

- недостаточное развитие складских и логистических технологий, отсутствие бизнеса по обработке и хранению овощей и фруктов: процент потери овощной продукции может достигать 30–40 % и более;

- отсутствие оптовых закупщиков, приобретающих под заказ свежую фермерскую продукцию. Задача оптовых закупщиков – формирование заказа производителю, организация доставки урожая на общую базу, а затем к местам розничной продажи. Работа с производителями и потребителями (покупателями) при этом должна вестись на основе долгосрочных договоров.

К основным оптовым потребителям продукции малых форм хозяйствования можно отнести перекупщиков, ритейлеров, перерабатывающие предприятия и госорганизации.

Некоторыми из возможных путей реализации овощей, произведенными малыми формами хозяйствования может быть также участие в крупных выставках и других тематических мероприятиях городов Московской области. Например, в выставке-ярмарке «Российский садовод и фермер 2017», российской агропромышленной выставке «Золотая осень 2017», аграрно-продовольственной выставке «Агрофудэкспо 2017» и так далее. Выставки проводятся ежегодно и для малого и среднего агробизнеса – это один из способов наладить деловые контакты и найти оптовых закупщиков.

Поскольку выход малых форм хозяйствования на оптовых покупателей затруднен ввиду промежуточного звена – перекупщиков, тем не менее у малого и среднего агробизнеса есть возможность открыть несколько собственных точек на региональных оптовых рынках. Однако, этот способ реализации требует вложения денежных средств, либо создания сбытового кооператива.

Также малый и средний агробизнес может принять участие в государственных, региональных и коммерческих тендерах. Особый интерес представляют регулярные государственные тендеры, информация о которых размещается на специализированных интернет-ресурсах (например, на официальном сайте Единой информационной системы в сфере закупок [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru)). На сайте размещается информация о закупках продуктов питания для военных частей, летних лагерей, школ, больниц, спортивных баз, санаториев, тюрем и так далее. Там же можно найти и коммерческие тендеры с достаточно привлекательными условиями.

Одним из вариантов реализации продукции малыми формами хозяйствования являются частные кафе и рестораны, которые нуждаются в постоянных, проверенных поставщиках и в их свежей, качественной продукции, которую необходимо доставлять часто и небольшими партиями. Поэтому при работе с предприятиями общепита производителю придется озаботиться налаживанием системы доставки овощной продукции, а это ведет к увеличению статьи транспортных расходов. Тем не менее, с ростом количества покупателей

и объемов поставляемой продукции, рентабельность доставки будет увеличиваться, пока не достигнет точки безубыточности.

Малому и среднему бизнесу в сфере производства овощной продукции также стоит знать о специальных интернет-площадках, где размещается информация о фермерских хозяйствах и покупателях сельхозпродукции. Например, о Единой всероссийской сети «Росагроторг» или региональных площадках – «СаратовАгро», «КраснодарАгро», «ВладмирАгро» и прочих. Кроме того, существуют аналогичные коммерческие ресурсы, на которых любой желающий производитель может разместить о себе информацию совершенно бесплатно.

Актуальными для малых форм производителей сельхозпродукции остаются сельскохозяйственные кооперативы. Государством активно развивается данная сфера, принимаются соответствующие законы. Объединение в кооперативы дает экономию в затратах 15–20 %, а также сокращает движение продукции от производителя до потребителя, поскольку уменьшается количество посредников, через которые проходит продукция.

Поскольку важнейшим элементом повышения эффективности сбытовой деятельности является улучшение качества обслуживания по перемещению продукции от товаропроизводителя к потребителю, организация равномерного сбыта и регулирование объемов поставок в зависимости от спроса, что определило одну из тенденций развития взаимодействия производителей и потребителей – создание оптово-распределительных центров с паритетными условиями для входа на рынок всех товаропроизводителей, в том числе малых форм хозяйствования с небольшим объемом продукции.

К сожалению, отечественным малым формам хозяйствования сегодня приходится тяжелее, чем европейским. В Европе давно налажена система оптово-распределительных центров с продуманной системой долгосрочных контрактов, логистикой и местами хранения. Фермеру необходимо только вырастить урожай согласно контракту, не заботясь о маркетинге и продажах. Перед российскими производителями стоит более сложная задача – в первую

очередь необходимо подумать о том, как продать урожай. Кроме того, немаловажным фактором является обеспечение потребительской привлекательности и развитие системы стандартизации.

Опыт развитых стран Европейского союза показывает, что наиболее эффективной организационной структурой по формированию системы сбыта сельхозпродукции, произведенной в том числе малыми формами хозяйствования, является создание оптово-логистических (оптовых распределительных) центров по заготовке, переработке (первичной и глубокой), хранению и предпродажной подготовке сельхозпродукции.

Министерство сельского хозяйства поощряет создание в Российской Федерации оптово-продовольственных центров, на площадках которых можно будет объединить всех участников организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Российские аграрии, особенно представители малого и среднего агробизнеса особенно нуждаются в подобных центрах, потому что их главные проблемы сегодня – это хранение и реализация: хороших овощехранилищ нет, транспортировка дорогая, доступ к сетям для многих производителей закрыт и так далее.

По нашему мнению, оптово-распределительный центр должен стать многофункциональной организацией, созданная в качестве оптово-логистической платформы для обеспечения доступа малых форм хозяйствования к системе маркетинга, хранения, переработки и реализации сельхозпродукции.

Реализация программы создания оптово-распределительных центров предполагает строительство на территории Российской Федерации сети оптово-распределительных центров комплексного назначения. Одна из первостепенных задач состоит в повышении товарности сельскохозяйственной продукции за счет создания условий для ее хранения и переработки. Также центры создаются в качестве инфраструктуры системы социального питания.

Сеть оптово-распределительных центров планируется создавать на основе частного, а не государственного капитала. Государство в этом проекте выступает

прежде всего в роли органа, устанавливающего для субъектов рынка целевые ориентиры, правила игры и стандарты деятельности. Считаем необходимым, чтобы эта новая структура в конечном счете оказала реальную поддержку мелким производителям сельхозпродукции и обеспечила им более широкие возможности дойти со своей продукцией до стола российских потребителей. Минсельхоз рассчитывает создать до 60 оптово-распределительных центров к 2020 году.

На создание оптово-распределительных центров до 2020 года планируется выделение около 79,3 млрд. руб. до 2020 г., из них 2,4 млрд. руб. – в 2015 г., 10,3 млрд. руб. – в 2016 г., 14,2 млрд. руб. – в 2017 г., по 15,8 и 17 млрд. руб. – в 2018 и 2019 гг. соответственно.

В мае 2015 года создана Национальная Ассоциация Оптово-Распределительных Центров (НАОРЦ), основной задачей которой является объединить новый, отвечающий современным требованиям, институт продовольственной цепочки страны - оптово-распределительные центры, гармонично вписав его в систему продуктового оборота «от поля до прилавка».

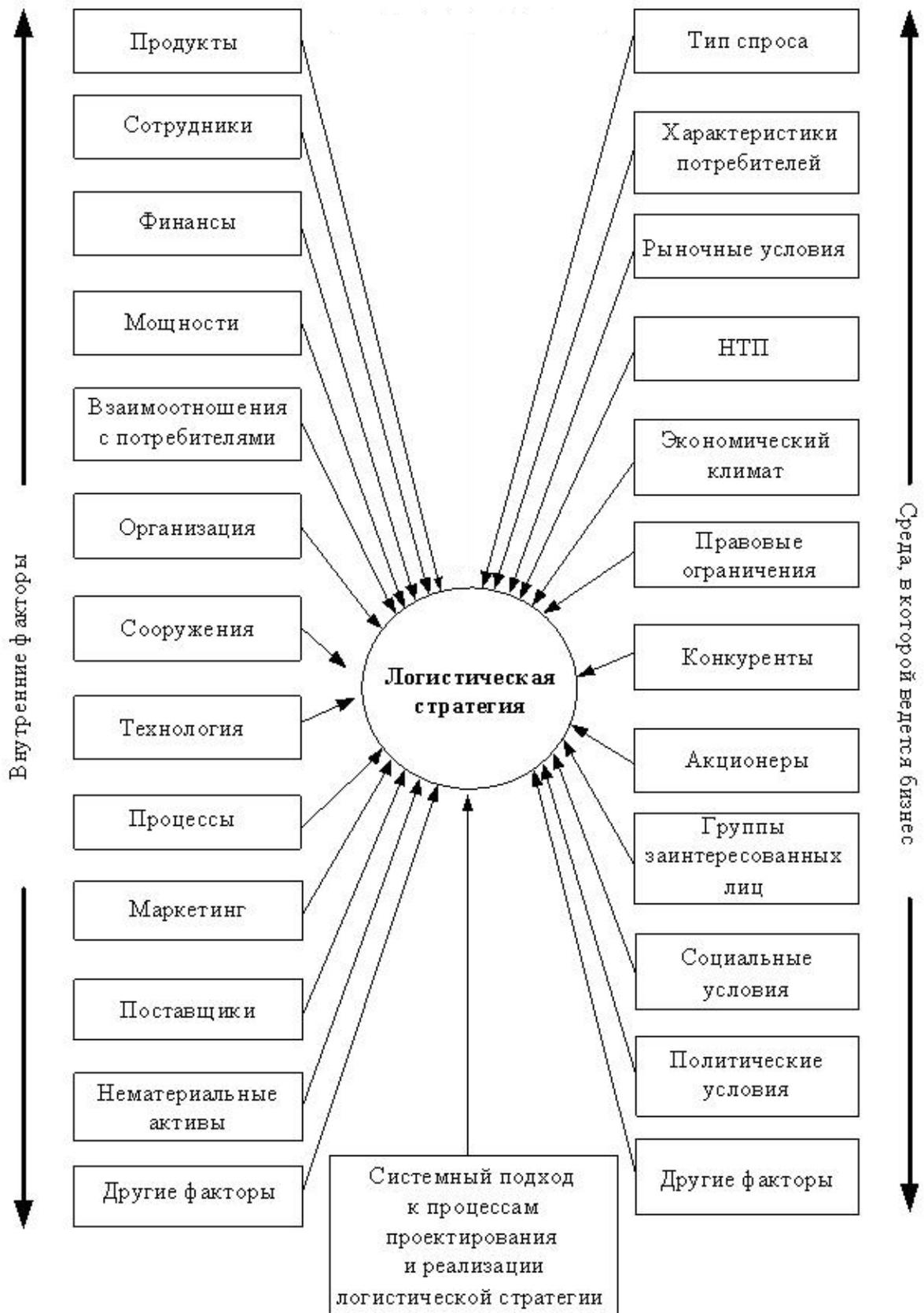
Деятельность Ассоциации направлена на решение таких задач как: паритетность участников цепочки движения, решение проблемы сбыта сельскохозяйственной продукции производителем и профессиональными посредниками по достойной цене и предоставление потребителю качественного безопасного продукта по справедливой цене; обеспечение действенной системы контроля качества и безопасности товара, способствующей стимулированию производителей сельхозпродукции, в том числе овощной; установление понятных, прозрачных правил и механизмов функционирования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции для цивилизованного производителя, продавца, покупателя и власти; содействие на рынках сельскохозяйственной продукции госконтроля качества продукции; установление справедливой рыночной цены на свежую сельскохозяйственную продукцию на одной торговой площадке [81].

Проанализировав принципы работы основных распределительных центров, можно сделать основной вывод о том, что у этих центров нет заточки на отечественного сельхозпроизводителя. В большинстве своем, компании работают с крупными сельскохозяйственными производителями не только России, но и зарубежных стран, тем самым расширяют свой ассортимент с помощью импортной продукции, а значит, замедляют программу импортозамещения и продовольственной безопасности в стране.

Те комплексы, которые планируются к запуску, также ориентированы на крупных поставщиков, со стабильным объемом поставок овощной продукции, а значит К(Ф)Х и ЛПХ, малые формы хозяйствования не смогут полноценно участвовать в товарообороте и терпят убытки либо в связи с спекулянтскими ценами перекупщиков, либо в связи с порчей продукции из-за невозможности ее сбыть. Малый бизнес должен производить и иметь возможность привезти продукцию в оптово-распределительный центр и продать ее за достойные деньги.

Деятельность оптового звена должна быть направлена на устранение диспропорции между возрастающими масштабными развития потребительского рынка и обеспечению оборота этих ресурсов. Современная сложившаяся структура оптовых предприятий перестала поддерживать эффективный процесс товародвижения.

Исходным при формировании стратегии развития многофункциональных оптово-распределительных центров, которые являются неотъемлемой частью организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, выступает логистический аудит, позволяющий оценить резервы для конкурентоспособной деятельности оптово-распределительных центров, исходя из анализа информация о состоянии продовольственных рынков (Рисунок 22).



*Источник: Черняев, А. Логистические центры в региональном плодоовощном подкомплексе*

Рисунок 22 – Факторы, формирующие логистическую стратегию многофункционального оптово-распределительного центра

Основными преимуществами многофункциональных оптово-распределительных центров являются:

- хранение, переработка, упаковка и сбыт овощной продукции;
- фитосанитарный контроль;
- снижение влияния сезонности на ассортимент сельхозпродукции за счет улучшения условий хранения;
- дополнительные рабочие места, создаваемые за счет нового бизнеса и сопутствующих организаций.

Для развития организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, при совершенствовании элемента работы оптово-распределительных центров, мы определили приоритетные черты, такие как: паритетные условия участия в товародвижении для всех участников механизма; необходимость разработки единой электронной системы учета овощной продукции, сбора и обработки заказов, которая позволит малым и средним розничным организациям, а также предприятиям ресторанного и гостиничного бизнеса иметь доступ к широкому спектру поставщиков, в режиме реального времени отслеживать предложение сельхозпродукции, дистанционно организовывать доставку заказов; снижение капитальных затрат малого и среднего бизнеса на хранение и переработку сельхозпродукции, снижение зависимости от импорта и продовольственная безопасность области.

### **3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ**

#### **3.1 Единые центры как элемент паритетного взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции**

Активное развитие крупных розничных сетей стимулирует рост импорта, в то время как значительная часть небольших хозяйств в сельской местности, по сути, не являются товарными, не имея устойчивых рынков сбыта. Однако, прогнозные значения валового сбора овощной продукции указывают в перспективе на большой товарный потенциал малых форм хозяйствования.

Товародвижение представляет собой совокупность жизнеспособных организационно-функциональных структур в процессе перемещения товаров от поставщика до потребителя на основе договора с наименьшими затратами с предоставлением коммерческо-технологических услуг в таком виде и в таком месте, которые соответствовали бы получению максимальной прибыли.

Острой проблемой является отставание складской инфраструктуры рынка от возросших потребностей по хранению и переработке товарных ресурсов. Лишь 45 % оптовых организаций имеют собственные склады, остальные берут их в аренду, причем арендуемые помещения, как правило, не приспособлены для проведения складских операций, не говоря уже о специальных условиях хранения овощной продукции.

Другой отрицательный момент состоит в том, что мелкие посредники и физические лица осуществляют взаиморасчеты с розничными покупателями в большинстве случаев за наличный расчет. Поэтому именно в этом секторе формируется в основном «теневой оборот» рынка. Чтобы скорейшим образом исправить сложившееся положение, необходимы новые подходы в управлении организационно-экономическими связями, такие как, например, создание прогрессивных форм торговли, управления поставками, использование

достижений зарубежных стран в этой области, что ведет к паритетности взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции.

Для эффективного, бесперебойного снабжения товарами розничных сетей нужно добиться того, чтобы в организационно-экономическом механизме взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции получили еще более широкое развитие прогрессивные типы организаций, какими являются, например, многофункциональные распределительные центры, оптово-розничные объединения, оптовые продовольственные рынки.

Распределительный центр необходим в качестве оптово-логистической платформы для обеспечения доступа малых форм хозяйствования к системе маркетинга, хранения, переработки и реализации сельхозпродукции.

Совершенствование функционирования оптово-распределительных центров Московской области будет способствовать социально-экономическому развитию территорий, позволит влиять на ценообразование овощной продукции, установление оптимальной цены в розничных сетях для конечного потребителя, реализацию продукции на паритетных условиях для производителей и потребителей.

Развитие системы хранения и реализации овощей предполагает укрепление ее материально-технической базы: создание хранилищ с регулируемыми температурными условиями, регулируемой газовой средой, морозильников: организацию хранения в местах производства овощной продукции (как в специально предназначенных для этих целей центрах хранения, так и в личных подсобных хозяйствах); применение современных методов хранения, предварительного охлаждения; организацию доработки и упаковки продукции при хранилищах: снабжение всех товаропроизводителей унифицированной тарой и упаковочным материалом.

Для дальнейших экономических расчетов проекта усовершенствования оптово-распределительного центра, мы провели кластерный анализ районов Московской области по ряду признаков для выявления наиболее типичных.

Для проведения кластерного анализа была проведена предварительная работа по сбору статистической информации по всем районам Московской области. В исследовании учтено, что в разные периоды в Московской области были изменения численности муниципальных образований, в связи с присоединением некоторых районов к территории Новой Москвы (Таблица 9).

Таблица 9 – Число муниципальных образований по Московской области в период с 2010 по 2016 гг.

Годы	Всего	в том числе по типам					
		муниципальные районы	городские округа	внутри-городская территория города федерального значения	поселения		
					всего	городские	сельские
2010	381	36	38	-	307	114	193
2011	381	36	38	-	307	114	193
2012	381	36	38	-	307	114	193
2013	360	36	36	-	288	111	177
2014	360	36	36	-	288	111	177
2015	359	36	35	-	288	111	177
2016	326	29	39	-	258	101	157

*Источник: данные Росстата*

В диссертационной работе мы используем данные 36 муниципальных районов для более достоверных расчетов. По этим районам выполнены прогнозные расчеты, поскольку не можем исключить из товарооборота объем произведенной овощной продукции в выбывших из Московской области районах.

В Приложении Е содержатся данные по 36 районам Московской области за период 2014 года по восьми показателям: посевная площадь овощей, посевная площадь картофеля, валовый сбор овощей, валовый сбор картофеля, объем производства продукции растениеводства, наличие с.-х. техники, урожайность овощей, урожайность картофеля.

В ходе исследования нами была поставлена задача по распределению объектов (т.е. районов) по однородным группам и установлению качественных взаимосвязи между группами районов с близкими значениями показателей.

Для использования метода кластеризации объектов К-средних (K – means clustering) примем число кластеров, равное трем ( $K = 3$ ), поскольку для проведения типичности объектов общим числом 36, наиболее оптимальным число кластеров признается равным трем.

По результатам расчетов, в кластер № 1 попал один объект наблюдения под номером № 3 – Дмитровский район. В кластер № 2 попали объекты (районы): Коломенский (№ 9), Ленинский (№ 11), Луховицкий (№ 13), Озерский (№ 21), Раменский (№ 25), Сергиево-Посадский (№ 28), Ступинский (№ 31). В кластер № 3 попали остальные 28 объектов (районов). Наиболее типичными районами своих кластеров по Московской области являются: Дмитровский № 3), Луховицкий (№ 13), Красногорский (№ 10). Именно они имеют наиболее типичные характеристики, для всей совокупности районов. В дальнейшем исследовании были рассмотрены следующие районы: Коломенский, Ленинский, Луховицкий, Озерский, Раменский, Сергиево-Посадский, Ступинский.

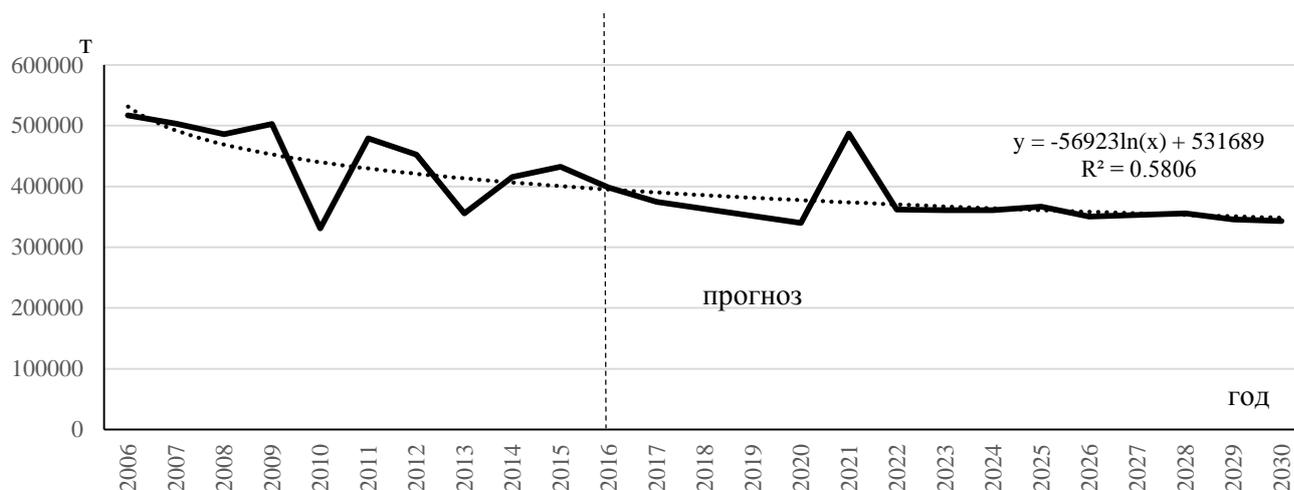
Для обеспечения устойчивого функционирования оптово-распределительных центров необходимо прогнозирование производимой овощной продукции различными категориями хозяйств районов Московской области, что определяет потенциальный объем продукции для загрузки оптово-распределительного центра.

Также установили, что доля К(Ф)Х и ЛПХ в структуре общего производства в некоторых районах Московской области к 2030 году составит порядка 80 %.

Динамика общего валового сбора овощей и картофеля некоторых районов Московской области (кластер № 2) отрицательна. К 2030 году объем валового сбора овощей и картофеля хозяйств всех категорий составит (согласно прогноза) чуть более 343 тыс. т.

Приведенный прогноз, построенный с помощью линейного тренда,

признается достоверным, признается достоверным, поскольку величина аппроксимации равна 0,6. (Рисунок 23).



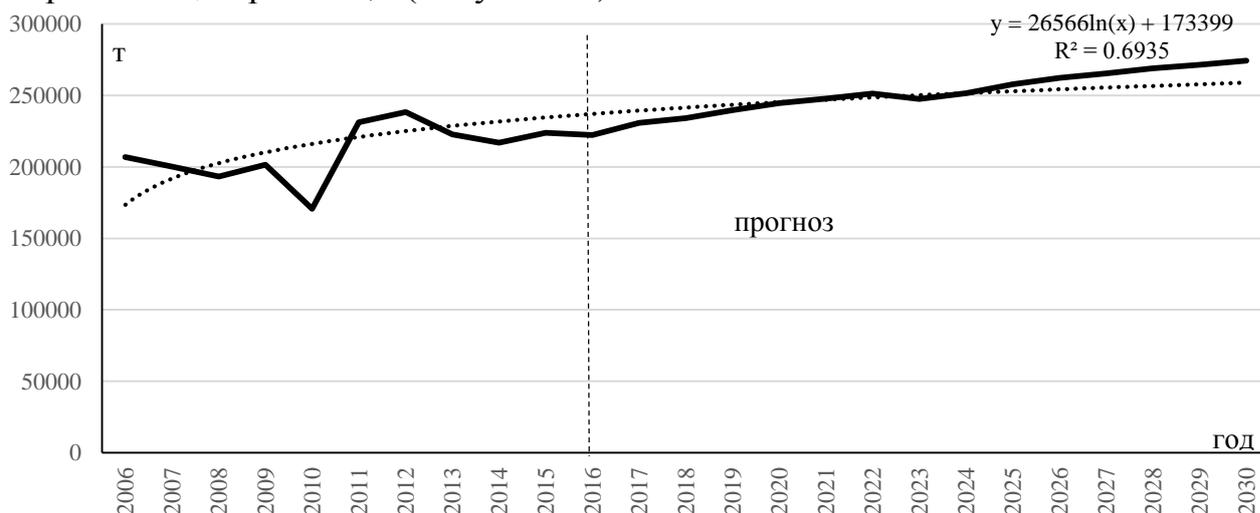
*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз построен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 23 – Объем валового сбора овощей в хозяйствах всех категорий районов кластера № 2 Московской области, т

К 2030 году объем валового сбора овощей и картофеля в К(Ф)Х и хозяйствах населения составит порядка 274 тыс. т.

Приведенный прогноз, построенный с помощью линейного тренда, признается достоверным, признается достоверным, поскольку величина аппроксимации равна 0,7 (Рисунок 24).



*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз построен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 24 – Объем валового сбора овощей в в К(Ф)Х и хозяйствах населения районов кластера № 2 Московской области, т

Согласно прогнозу валовый сбор овощей хозяйств населения и К(Ф)Х районов Коломенский, Ленинский, Луховицкий, Озерский, Раменский, Сергиево-Посадский, Ступинский к 2030 году увеличится на 23 %, по сравнению с уровнем 2016 года, что свидетельствует о существенном производственном потенциале малых форм хозяйствования. В категории всех хозяйств к 2030 году ожидается спад порядка 14 % (Таблица 10).

Таблица 10 – Динамика изменения валового сбора овощей и картофеля отдельных районов Московской области, тыс. т

Общий объем продукции	2010 г.	2016 г.	Прогноз 2030 г.	Темп прироста, в % (2016 г к 2010г)	Темп прироста, в % (2030г к 2016г)
К(Ф)Х и хозяйства населения	170,6	222,2	274,3	130,2	123,4
Все хозяйства	331	398,5	343,3	120,4	86

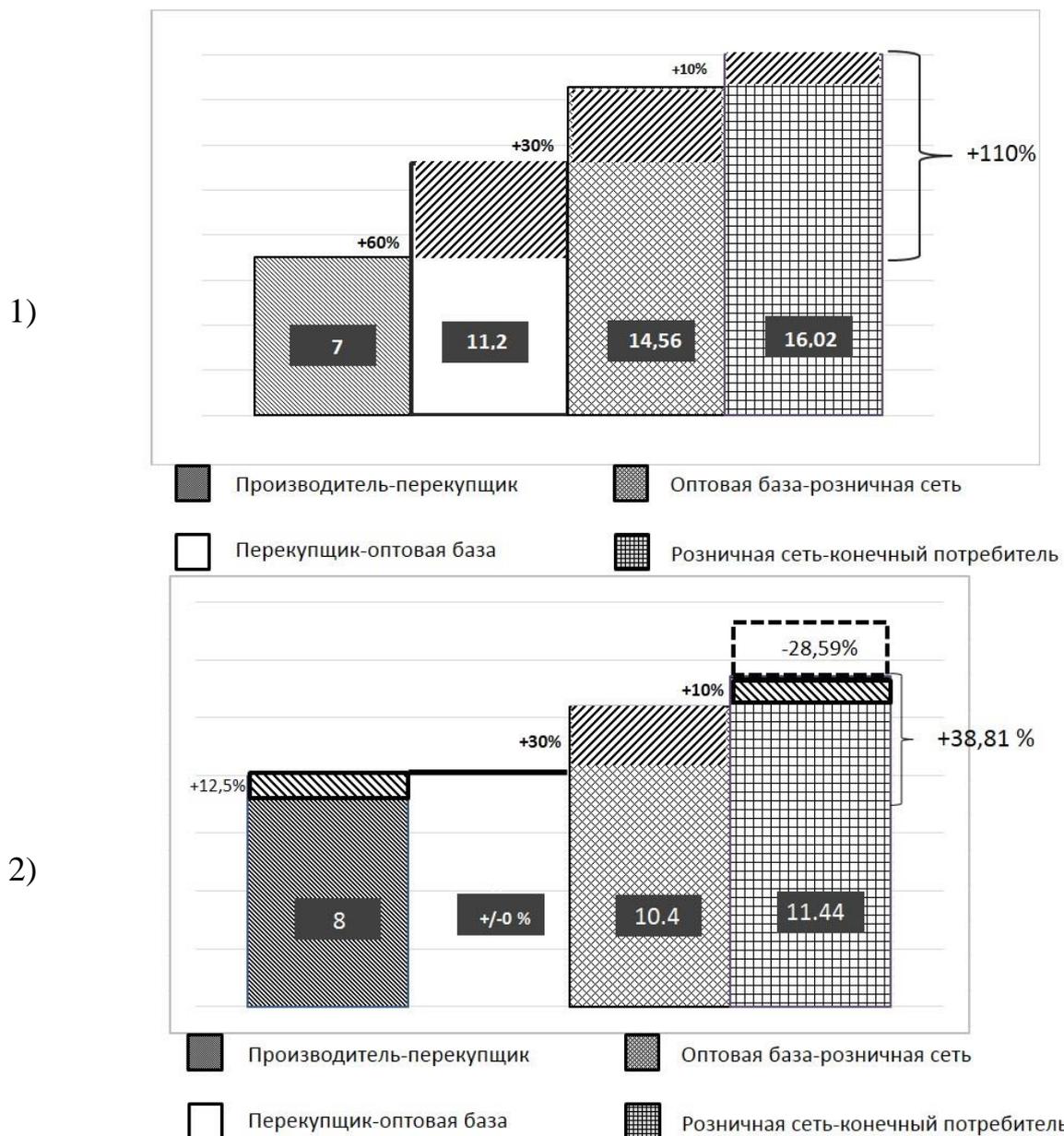
*Источник: составлено автором*

*Примечание: приведено сравнение данных 2010 г., 2016 г., с прогнозом до 2030 г.*

Положительная динамика роста объемов производства овощей и картофеля хозяйств К(Ф)Х и ЛПХ позволяет сделать предположение об эффективности работы оптово-распределительного центра, обеспечения загрузки всех производственных мощностей.

Типовой проект усовершенствованного оптово-распределительного центра может быть использован на территории других регионов, что возможно поможет решить одну из первостепенных задач – повышение товарности овощной продукции за счет создания условий для ее хранения и переработки.

Важным обоснованием совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, путем совершенствования многофункциональных распределительных центров, является изменение динамики цены для конечного потребителя (Рисунок 25).



Источник: составлено автором.

Примечание: 1. с участием перекупщиков, устанавливающих спекулятивные цены, 2. с участием распределительного центра, устанавливающим паритетные условия взаимодействия для всех участников.

Рисунок 25 – Структура цены продукта п для конечного потребителя.

Для построения области диаграммы мы использовали условный продукт п, подразумевая продукт рынка овощной продукции. В первом случае анализировалось изменение цены для конечного потребителя при

существующем в настоящее время организационно-экономическом механизме взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции – цена увеличивается на 110 % от первоначальной цены закупки у производителей. В данном случае учитывалась роль компаний-перекупщиков.

Во втором случае была рассчитана структура цены продукта при условии реализации продукции через усовершенствованный оптово-распределительный центр. Поскольку посредники в такой схеме товародвижения исключаются, то соответственно, цена для конечного потребителя увеличится лишь на 39 %.

Цена проданной продукции через оптово-распределительный центр будет строиться на условиях франко-склад, что приведет к привлекательности центра для потребителей сельскохозяйственной продукции, так как затраты на перевозку груза, погрузочно-разгрузочные работы включаются в расходы центра. Закупочные цены должны формироваться с учетом себестоимости продукции, сложившейся у сельскохозяйственного товаропроизводителя, и нормальной нормы прибыли, обеспечивающей расширенное воспроизводство.

Определено, что хозяйствующие субъекты с небольшим объемом товарной продукции (малые формы хозяйствования) получают прибыль примерно в два раза больше при продаже овощную продукцию напрямую в оптово-распределительные центры, чем через перекупщиков.

В ходе проведенных расчетов мы установили, что минимальный объем закупки оптово-распределительного центра составляет 60 тонн. Это означает, что распределительный центр может работать с небольшими объемами продукции, тем самым помогая решать вопрос сбыта продукции малых форм хозяйствования на паритетных условиях (Таблица 11).

Таблица 11 – Окупаемость затрат для малых хозяйствующих субъектов на примере реализации репчатого лука

Хозяйствующие субъекты	Себестоимость, руб/кг	Минимальный уровень рентабельности, %	Закупочная цена, руб./кг		Объем закупки, т	Выручка хозяйствующего субъекта, тыс. руб.		Полная себестоимость, тыс. руб.	Прибыль, тыс.руб.		Окупаемость затрат, %	
			через перекупщика	через ОРЦ		через перекупщика	через ОРЦ		от продажи перекупщику	от продажи в ОРЦ	через перекупщика	через ОРЦ
ИП Обухова М.Н.	6,1	25	7,4	10	130	962	1300	793	169	507,0	21,3	63,9
ИП Ефимов А.Р.	6,15	25	7,6	10	90	684	900	553,5	130,5	346,5	23,6	62,6
ИП Кондратьев О.А.	6,6	25	6,9	10	176	1214,4	1760	1161,6	52,8	598,4	4,5	51,5
ИП Ласточкин Н.Н.	6,8	25	7	10	210	1470	2100	1428	42	672	2,9	47,1
ИП Липов А.А.	6,9	25	7,5	10	94	705	940	648,6	56,4	291,4	8,7	44,9
ИП Прохоренко Д.А.	6,9	25	7,9	10	130	1027	1300	897	130	403	14,5	44,9
ИП Балдамян А.Р.	6,4	25	7,4	10	110	814	1100	704	110	396	15,6	56,3
ИП Хорошева О.Л.	6,5	25	6,8	10	60	408	600	390	18	210	4,6	53,8
В среднем	6,4	-	7,3	10	-	910,6	1 000	822	88,6	428	12	53,1
Итого	-	-	-	-	1000	7 284,4	8 000	6 575,7	708,7	3 424,3	-	-

Источник: составлено автором на основе среднегодовых показателей хозяйственной деятельности субъектов

Для составления таблицы 11 были использованы данные малых форм хозяйствования разных районов Московской области, рассчитана выручка на основе данных по объему предоставленной к реализации продукции, показателям себестоимости. При расчетах нами был заложен минимальный уровень рентабельности – 25 %.

Средняя цена реализации производителями репчатого лука в 2016 г. составила 9,7 руб./кг. Цена закупки распределительным центром в среднем на 25% больше, чем предлагаемая цена закупки перекупщиков, и составляет 10 руб./кг.

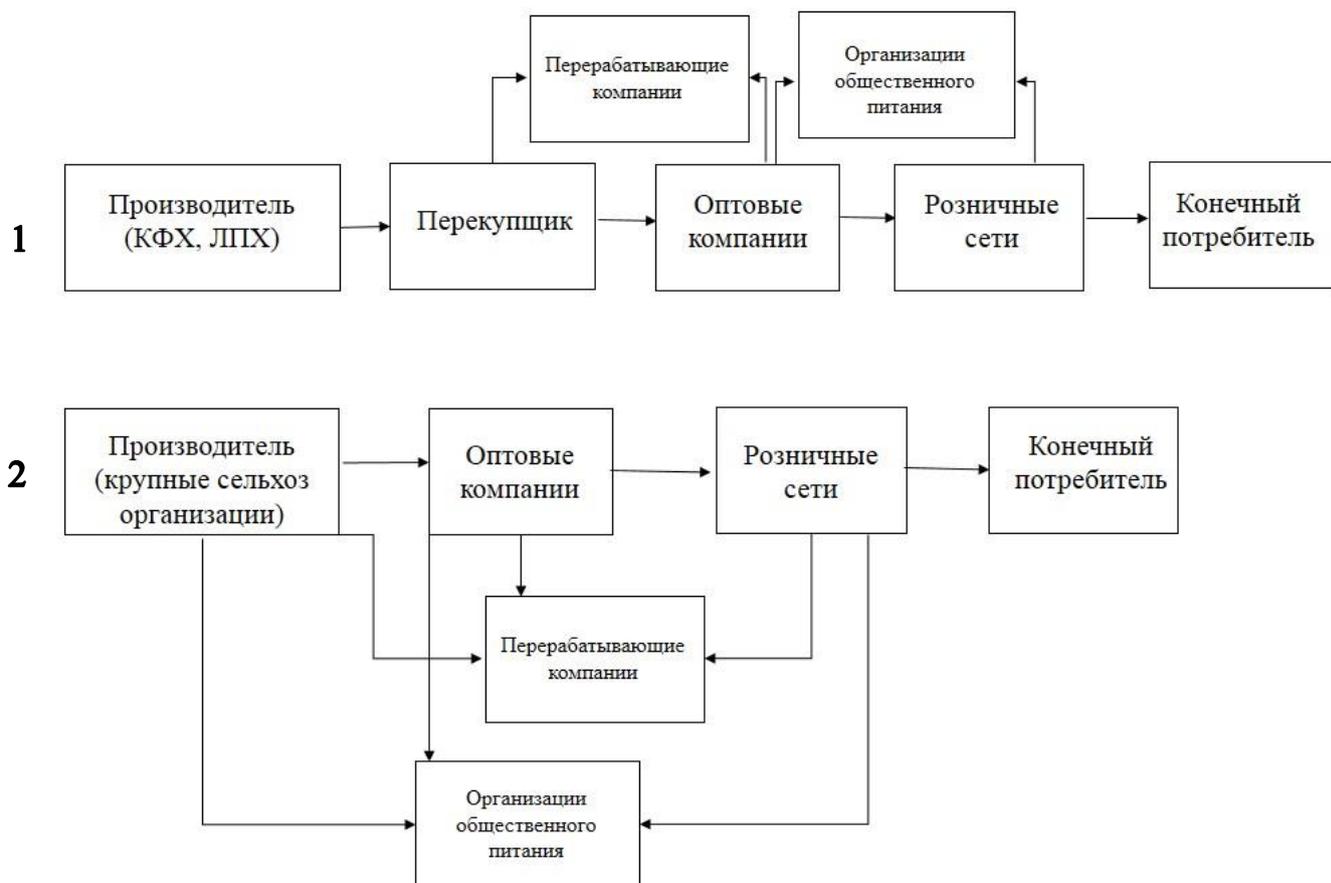
Установили, что окупаемость затрат малых форм хозяйствования в среднем на 40 % выше при реализации продукции через распределительный центр, чем через структуру перекупщиков. При этом средняя выручка субъектов составит 1000 тыс. руб., а прибыль 428 тыс. руб., что примерно в 4 раза выше, чем при реализации через перекупщиков.

Проведенные расчеты подтверждают необходимость совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции в рамках системы товародвижения овощной продукции Московской области, которая также обусловлена существующей зависимостью рынка овощной продукции от поставок со стороны иностранных государств, поскольку продукция российских сельхозпроизводителей имеет низкую конкурентоспособность по сравнению с импортом даже на внутреннем рынке.

Мы определили, что существующие распределительные центры Московской области ориентированы преимущественно на крупных товаропроизводителей Московской области и зарубежных стран. Малые хозяйствующие субъекты не имеют возможности выполнять условия по стабильной поставке определенных договором объемов продукции в розничные сети. Импортная продукция поступает через хорошо отлаженную логистическую цепочку, в упаковке, обеспечивающей максимальную сохранность, крупными партиями и является более привлекательной для розничных сетей, в то время как

производители плодоовощной продукции вынуждены сбывать товар в короткий срок, что ведет и к снижению цен на продукцию, и к потерям, которые составляют более 30 %.

Существующий механизм организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции имеет трехуровневый канал товародвижения (Рисунок 26).



*Источник: составлено автором*

*Примечание: 1. Взаимодействие производителей малых форм хозяйствования с субъектами рынка, 2. Взаимодействие крупных с.-х. организаций с субъектами рынка.*

Рисунок 26 – Каналы товародвижения

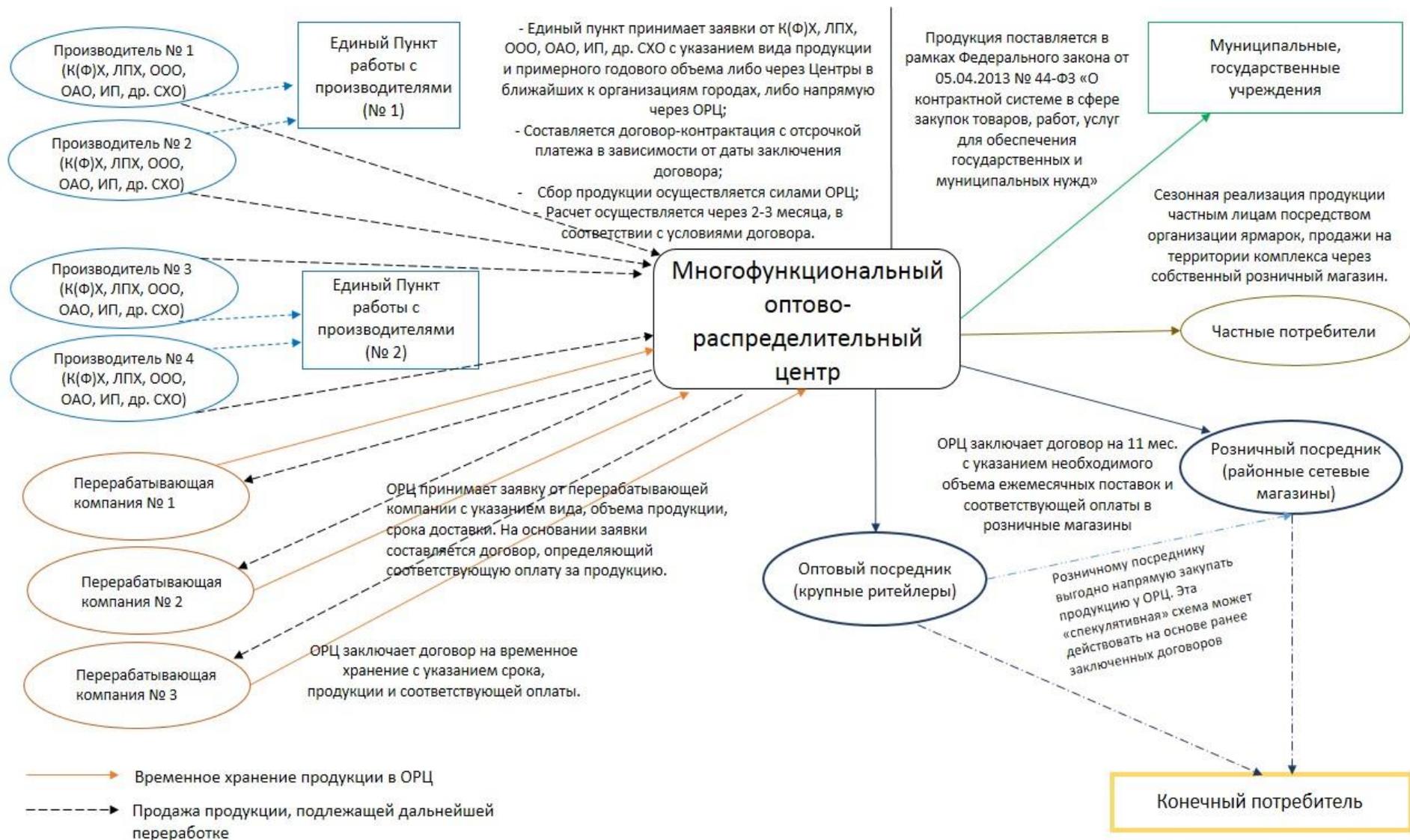
В целях оптимизации цены товара для конечного потребителя, необходимо совершенствовать каналы товародвижения. Соответственно, используя оптово-распределительный центр как единого регулятора товародвижения, можно минимизировать или полностью исключить посредников.

Совершенствование многофункциональных оптово-распределительных центров в районах Московской области позволит: построить эффективную систему заготовки, хранения, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции; повысить доходы и уровень занятости сельского населения; эффективно развивать областную сельскохозяйственную потребительскую кооперацию; повысить объемы производства отечественной конкурентоспособной продукции; обеспечить формирование и соблюдения стандартов качества продукции.

При современной нестабильной рыночной ситуации особую значимость для хранения и реализации овощей приобретает восстановление интеграционных связей товаропроизводителей овощной продукции с организациями по переработке, торговли, агросервиса, финансово-кредитной системы.

Такая интеграция овощного производства позволит сохранить естественное единство технологической цепи от поля до прилавка магазина без больших потерь и без посредников. Поэтому оптово-распределительный центр со специальными Едиными центрами работы с производителями являются гарантом стабилизации цен и защиты интересов отечественных товаропроизводителей.

Обеспечение высоких темпов производства овощей требует создания новых форм реализации продукции. В этой связи предлагаемый механизм работы оптово-распределительных центров не только в отдельных районах Московской области, но и во всех регионах страны обеспечит гибкую работу системы сбыта, реагирующей на изменение потребительского спроса. В современных условиях они будут связующим звеном между сельскохозяйственными товаропроизводителями и потребителем, что позволит исключить многочисленных посредников (Рисунок 27).



Источник: составлено автором

Рисунок 27 – Взаимодействие производителей и потребителей овощной продукции в рамках организационно-экономического механизма

Предлагаемое автором усовершенствованное функционирование оптово-распределительного центра в рамках организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции обосновано исследованиями существующего положительного прогноза объема продукции отечественных производителей и увеличения их доли в общем числе производителей Московской области.

Мы предлагаем в рамках работы с непосредственными производителями овощей возложить на Единые пункты, как структурную единицу распределительного центра, частично функции, свойственные кооперативам. Предполагается тем самым, что производитель может осуществить запрос у распределительного центра на использование специализированной техники в период сбора урожая, оказание услуг в выборе проверенного и надежного поставщика семян, получение информации о прогнозах движения рынка овощей для планирования своей хозяйственной деятельности.

Нами были проанализированы выявлены недостатки сельскохозяйственного кооператива, который в общем виде представляет собой организацию, созданную сельскохозяйственными товаропроизводителями для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на объединении их имущественных паевых взносов в целях удовлетворения материальных и иных потребностей членов кооператива.

Мы определили, что основными недостатками производственных кооперативов являются следующие условия взаимодействия:

- число членов производственного кооператива должно быть не менее 5 и выполнять они должны не менее 50 % всего объема работ, в противном случае кооператив подлежит ликвидации. Ограничение числа членов кооператива сокращает возможность малых форм хозяйствования объединяться с целью распределения производственных затрат, получения прибыли;

- условие, которое предусматривает внесение имущества кооперативу в качестве паевых взносов его членами, и дальнейшая потеря права собственности

на вносимое имущество, сокращает число потенциальных участников кооператива;

- проблема организационного ресурса в вопросе профессионального управления деятельностью кооператива. В виду этого существуют риски неэффективного функционирования объединения, потеря возможной прибыли, снижение рентабельности производства членов кооператива;

- действующим законодательством не предусмотрено освобождение участников кооператива (отдельных производителей) от выплаты налогов от индивидуальной деятельности. Также отмечаем, что кооператив по российскому законодательству является юридическим лицом, а это влечет за собой неизбежные расходы, даже если организация не функционирует;

- проблема взаимного доверия потенциальных членов кооператива [126].

Тем не менее, отечественными учеными (Коваленко Н.Я., Голубев А.В.) сельскохозяйственная кооперация признается, на сегодняшний момент, единственным путем развития малых форм хозяйствования с целью обеспечения эффективной хозяйственной деятельности, поскольку дает возможность фермерам объединять материально-технические мощности, организовывать хранение, планировать сбыт продукции [58].

В связи с тем, что на рынке овощей Московской области существует более 7 тыс. малых форм хозяйственной деятельности, по тем или иным причинам не объединившихся в кооперативы, мы пришли к выводу, что необходимо совершенствовать организационно-экономический механизм взаимодействия субъектов рынка овощной продукции с паритетными условиями участия в товародвижении малотоварных производителей путем создания многофункциональных распределительных комплексов с Едиными центрами работы с производителями, частично выполняющих функции кооператива (как производственного, так и сбытового).

В предлагаемой схеме производитель получает прибыль автономно, может самостоятельно планировать свои затраты на производство продукции и распределение полученной прибыли.

При сотрудничестве с распределительным центром через Единые пункты, производитель сохраняет право пользования своим имуществом и получает одновременно возможность использования материально-технической базы распределительного центра.

В сложившейся ситуации оптимальным решением для вовлечения малого и среднего сельхозтоваропроизводителя в рыночные отношения, с максимальной прибылью для всех участников, является сотрудничество с многофункциональными оптово-распределительными центрами через Единые пункты, выполняющие частично функции кооператива (управление объемами производства, управление логистикой, содействие в процессе производства), частично функции коммерческой единицы (получение дохода от заключения договоров, продажи сопутствующих товаров – семян, техники и т.д.).

При необходимости ограничения производства и закупок отдельных видов продукции товаропроизводителям сообщают соответствующие квоты. Предполагается, что в дальнейшем большая часть овощной продукции будет продаваться через оптово-распределительные центры. Отечественные товаропроизводители смогут осуществлять сделки с большими партиями товара и одновременно заключать контракты на покупку необходимых средств производства.

Поскольку к числу перспективных направлений товародвижения овощной продукции относятся оптовые рынки, в том числе ярмарки, аукционы, выставки-продажи, то участие товаропроизводителей в подобных мероприятиях также будут организовываться Едиными пунктами оптово-распределительного центра. Особенность этого направления товародвижения заключается в том, что он выводит производителя продукции на непосредственный контакт с потребителем. Это позволит изучать потребительский спрос в течение всего года.

Значительную часть овощной продукции крупные сельскохозяйственные товаропроизводители реализуют напрямую перерабатывающим предприятиям, например, консервными заводами, соответственно оптово-распределительный

центр может организовывать сбыт продукции К(Ф)Х и организаций и недостаточным для прямого договора уровнем производства продукции.

Гибкая система договорных отношений Единых пунктов оптово-распределительных центров с производителями позволит последним заниматься непосредственно процессом выращивания овощей, картофеля, использовать передовые технологии возделывания культур, закупать качественные семена, удобрения, участвовать в конференциях, встречах, посвященных обмену опытом в сфере производства овощей.

При выборе перспективных каналов реализации сельскохозяйственной продукции должны учитываться следующие факторы: объем реализации, качество продукции, складывающаяся на рынке цена, затраты на реализацию, спрос на продукцию и степень его удовлетворения. Учитывают также наличие хранилищ, холодильников, перерабатывающих цехов, продлевающих сроки хранения и расширяющих возможности реализации продукции в свежем и переработанном виде.

Предложение по созданию оптово-распределительных центров с Едиными пунктами работы с производителями с целью совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции связано с решением важных задач налаживания межотраслевых связей рынка овощной продукции, системной их интеграции, призвано согласовать экономические интересы производителей и потребителей, а также соединить разрозненные субъекты производства в сбалансированную и пропорционально развивающуюся систему. Вышеуказанное мероприятие позволит повысить самообеспеченность Московской области свежими овощами отечественного производства и снизить долю импортной продукции.

### **3.2 Характеристика проекта оптово – распределительного центра с Едиными пунктами работы с производителями**

В настоящее время отсутствуют национальные институты, регулирующие создание и функционирование оптово-распределительных центров (конкретные подзаконные акты, инструкции, руководства, методики проектирования размещения и функционирования распределительных центров). Поэтому, в зависимости от функциональных особенностей оптово-распределительного центра, целесообразно руководствоваться Гражданским кодексом Российской Федерации, нормативно-законодательными актами, регуливающими торговлю, кооперацию и инвестиционную деятельность.

Благодаря своей высокой организации оптово-распределительный центр способствует увеличению товарооборота и концентрации производственной базы для комплексной предпродажной подготовки сельскохозяйственной продукции, обеспечивает соблюдение стандартов, эффективного ветеринарного и фитосанитарного контроля безопасности и качества продукции, оказывает поддержку малому и среднему бизнесу.

Оптово-распределительные центры в стадии своего полного развития могут выполнять закупку овощной продукции, ее хранение, предпродажную подготовку (сортировка, мытье, фасовка), первичную переработку (производство полуфабрикатов) и их фасовку; реализовывать овощную продукцию (создавать клиентскую базу поставщиков, оптовых покупателей, сетевых магазинов и т. д.); создавать информационно-аналитические центры и предоставлять оперативную маркетинговую информацию покупателям и продавцам; анализировать и гибко управлять товарооборотом через комплексную систему автоматизации управления; оказывать транспортные услуги (доставка сельхозпродукции от производителя и готовой продукции – потребителю); оказывать посреднические и другие услуги (кредитование, страхование); сдавать в аренду универсальные торговые и складские помещения [76].

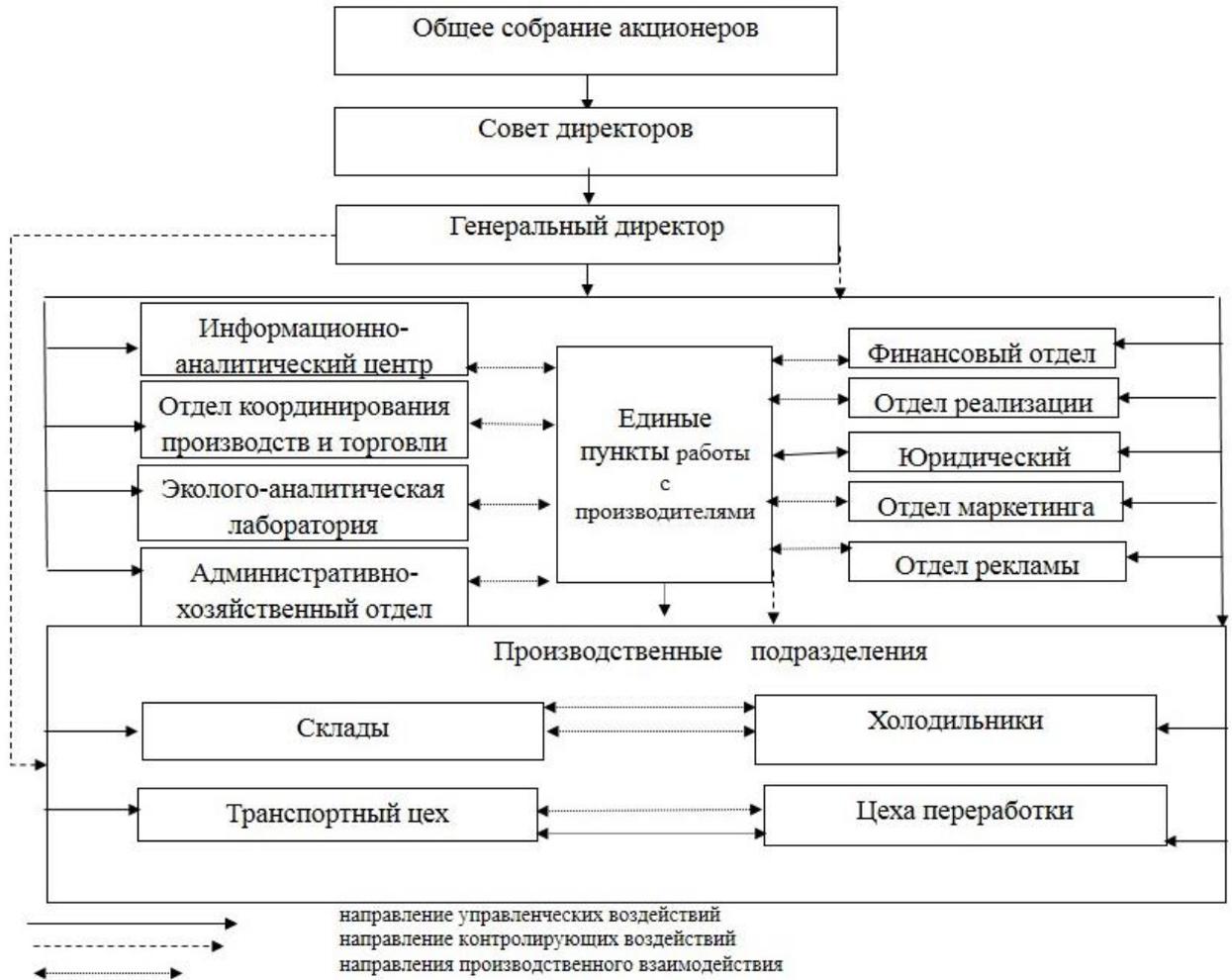
Актуальным является привлечение девелоперских компаний при создании определенных привлекательных условий в регионе для вложения инвестиций, например таких, как: предоставление местными органами власти на льготных условиях в долгосрочную аренду с правом последующего выкупа земельной территории под центры; нулевая ставка налога на имущество (до 7 лет); снижение ставки налога на прибыль (до 8 лет); льготный режим по налогу на землю; содействия привлечения товаропроизводителей для работы в оптово-распределительном центре.

Формирование оптово-распределительных центров целесообразно крупными компаниями, занимающимися сбытом или переработкой сельскохозяйственной продукцией. Если центр организуют перерабатывающие компании и компании по оптовому сбыту, то может использоваться имеющаяся у них инфраструктура и земельная территория, что облегчает построение оптово-распределительного центра.

Планируется, что многофункциональный оптово-распределительный центр будет сотрудничать не только с малыми формами хозяйствования, но и в перспективе со средними и крупными компаниями, вовлекая последних в программу импортозамещения и сотрудничество с отечественными субъектами рынка.

Несмотря на актуальное создание оптово-распределительного центра на базе государственно-частного партнерства, в настоящем проекте мы учитываем поддержку государства только в части предоставления субсидий на возмещение части затрат на строительство центра, а организационно-правовой структурой будет являться открытое акционерное общество.

Основные структурные единицы многофункционального распределительного центра (в его полном развитии) отражены на Рисунке 28.



Источник: составлено автором

Рисунок 28 – Организационно-управленческая структура оптово-распределительного центра

В рамках организационно-управленческой структуры распределительного комплекса информационно-аналитический центр осуществляет автоматизацию учета движения продукции, анализа товаропотока, оптимизацию маршрутов внутреннего и транзитного движения продукции, а также осуществляет консультационную деятельность, направленную на повышение знаний сельхозтоваропроизводителей, переработчиков продукции.

Отдел маркетинга проводит различные исследования рынка, осуществляет создание и ведение единой базы производителей, переработчиков, оптовых покупателей, розничных сетей, предприятий общественного питания, заключает договоры с переработчиками, муниципальными и бюджетными организациями,

объектами общественного питания, планирует расширение закупки продукции и ее реализации с учетом гибкого механизма реализации (отсрочки платежа, низкие наценки, зачет продукцией), готовит необходимую информацию для Единых пунктов работы с производителями.

Отдел рекламы осуществляет разработку рекламной продукции и проведение различных рекламных компаний, направленных на узнаваемость оптово-распределительного центра, повышение привлекательности сотрудничества для различных категорий хозяйств.

Отдел реализации организует продажу сохраненной и первично обработанной продукции потребителям, оптовым и розничным сетям, проводит закупку семян, удобрений, сельскохозяйственного оборудования в соответствии с заявками производителей, полученных от Единых пунктов.

Отдел координирования производств и торговли осуществляет планирование объемов внутреннего и внешнего товарооборота (на основе данных, полученных от Единых пунктов работы с производителями) и разработку конкретных логистических цепочек движения продукции с учетом поставки продукции с минимальной наценкой через собственные каналы сбыта (ярмарки, фестивали), а также продвижение продукции в региональные розничные сети. Также отдел внедряет современные методы и технологии оптовой торговли: электронная торговля, фьючерсные контракты, гарантии поставок и оплаты продукции, поставки по схеме «точно в назначенное время» и так далее.

Финансовый отдел осуществляет контроль объемов товарооборота, планирование денежного оборота и товарооборота, проработку стратегии финансового взаимодействия с производителями, переработчиками, арендаторами складских помещений и иными субъектами.

Эколого-аналитическая лаборатория проводит контроль качества поступающей продукции, сертификацию. Производственные подразделения организуют прием продукции, ее первичную обработку, хранение, транспортировку и реализацию.

Единые пункты будут выполнять роль «одного окна» для производителей, осуществлять взаимодействие по вопросам не только сотрудничества в рамках сбыта продукции, но и оказывать консультационные услуги по повышению производства, возможности использования спецтехники на период сбора урожая, заключать договоры с производителями.

Автором приведены преимущества совершенствования оптово-распределительных центров, с вовлечением в общий товароборот малых форм хозяйствования (Таблица 12).

Таблица 12 – Преимущества оптово-распределительного центра

Для сельхозпроизводителей	Для иных участников товародвижения
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Дополнительные услуги по первичной переработке, фасовке, упаковке продукции, контроль качества</li> <li>•Высокотехнологичная площадка для ведения бизнеса: использование новейшего оборудования для обеспечения работы всех складских систем</li> <li>•Гарантированный сбыт с/х продукции</li> <li>•Прямые продажи: упрощение торговых связей между с.-х. производителями и конечными потребителями.</li> <li>•Прозрачность взаиморасчетов через финансовые институты, и как следствие, наполняемость бюджетов регионов</li> <li>•Увеличение объемов производства конкурентоспособной отечественной продукции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Единая межотраслевая площадка для эффективного взаимодействия производителей с покупателями</li> <li>•Исключение посреднических схем в процессе движения товара</li> <li>•Снижение закупочных цен</li> <li>•Снижение издержек на этапе переработки и транспортировки, сокращение потерь продовольствия</li> <li>•Предоставление дополнительных услуг (банки, транспорт, контроль качества и т.д.)</li> <li>•Современная система складирования и организации доставки</li> </ul>
Для региона	Для конечного покупателя
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Реализация продукции отечественного производителя, следование программе импортозамещения и продовольственной безопасности</li> <li>•Оптимизация транспортных потоков</li> <li>•Создание рабочих мест</li> <li>•Увеличение налоговых поступлений в бюджет</li> <li>•Привлечение современных мировых технологий</li> <li>•Развитие малого и среднего бизнеса в сфере торговли, услуг, транспорта, общественного питания</li> <li>•Обеспечение отечественной продукцией государственные учреждения, социальные организации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Защита покупателя от продажи фальсифицированной продукции</li> <li>•Расширение ассортимента</li> <li>•Контроль качества свежих продуктов</li> <li>•Обслуживание потребителя на уровне мировых стандартов: качество, безопасность, объективная рыночная цена и современные условия продажи продукции</li> <li>•Ценообразование (торговая наценка не более 5%) на продукты питания вследствие высокой товарооборачиваемости - 5-7 дней</li> </ul>

*Источник: составлено автором*

Важными преимуществами, помимо реализации политики импортозамещения, являются: снижение объема потерь сельхозпродукции отечественных товаропроизводителей, увеличение объемов продаж, а, следовательно, и дополнительные финансовые поступления в бюджет, увеличение числа рабочих мест и повышение устойчивости АПК региона.

В настоящее время те оптово-распределительные центры, которые планируются к запуску в ближайшей перспективе, также ориентированы на крупных поставщиков, со стабильным и достаточно большим объемом поставок, а значит К(Ф)Х и ЛПХ, субъекты малых форм хозяйствования вновь терпят убытки либо в связи с заниженными ценами перекупщиков, либо в связи с порчей продукции из-за сложности с ее сбытом. В результате подавляющая часть произведенной ими продукции не реализуется и не поступает в другие звенья цепи товародвижения (переработку, транспортное и складское хозяйство, оптовую торговлю), что в свою очередь ограничивает возможности их развития.

Представители малого и среднего бизнеса должны иметь возможность реализации продукции на паритетных условиях.

В связи с этим нами выявляются сложности в создании справедливого оптово-распределительного центра, предлагающего паритетные условия для всех товаропроизводителей, или совершенствовании имеющихся складских комплексов с дополнительной нагрузкой на частичную переработку (сортировка, мойка, упаковка), на транспортировку, на закупку.

Необходимо, в-первую очередь, наличие инициативы (инициатор определяет организационную форму хозяйствования), а во-вторую – источники финансирования. Развитие центров может происходить с опорой не только на государственные ресурсы, но и на ресурсы и компетенции частных компаний, используя уже подготовленную инфраструктуру, например, складских помещений, путем перевооружения производственных мощностей; привлечение девелоперских компаний возможно при создании определенных привлекательных условий в регионе для вложения инвестиций; возможно также привлечение средств государственной поддержки в рамках Госпрограммы на

условиях софинансирования экономически значимых региональных программ по развитию сельскохозяйственной кооперации.

В большинстве случаев предлагается формирование оптово-распределительных центров крупными компаниями, занимающимися сбытом сельскохозяйственной продукцией с частичным дооборудованием по переработке (очистка, мойка, сортировка, упаковка). В случае организации оптово-распределительных центров перерабатывающими предприятиями и компаниями по оптовому сбыту используется имеющаяся у них инфраструктура и земельная территория, что облегчает построение оптово-распределительного центра, но приводит к необходимости считаться со сложившимися условиями хозяйствования сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Источниками финансирования могут выступать как собственные средства акционеров оптово-распределительного центра, так и заемные средства, кредиты коммерческих банков и средства, поступающие по лизингу.

Второй вариант формирования инвестиционных ресурсов оптовых распределительных центров предусматривает привлечение средств государственной поддержки в рамках Госпрограммы на условиях софинансирования экономически значимых региональных программ [125].

На распределительные центры распространяются все меры государственной поддержки, предназначенные для всех субъектов малого агробизнеса, предусмотренные законодательно-нормативными актами Московской области. К их числу следует отнести субсидирование сельскохозяйственных потребительских кооперативов, субсидии на реализацию перспективных инновационных проектов в агропромышленном комплексе; субсидии на возмещение части прямых понесенных затрат на создание оптово-распределительных центров (Постановление Правительства Российской Федерации от 24 июня 2015 г. № 624) [112].

Экономические взаимоотношения между сельскохозяйственными товаропроизводителями, переработчиками и распределительным центром строятся на выполнении договорных отношений.

Функционирование усовершенствованных оптово-распределительных центров в Московской области с внедрением Единый пунктов работы с производителями позволит:

- увеличить емкость овощехранилищ и холодильников, мощности пищеперерабатывающей промышленности;

- оптимизировать снабжение населения районов высококачественными свежими продуктами питания по оптимальным ценам;

- внедрить современные методы и технологии оптовой торговли;

- обеспечить пополнение государственного, областного бюджета и внебюджетных фондов;

- создать возможность достоверно определять структуру оптовой цены;

- способствовать уменьшению издержек обращения продуктов и за счет этого снижению конечной цены.

- создать паритетные условия для прямого взаимодействия сельхозпроизводителей, представителей оптовой и розничной торговли, конечных потребителей;

- обеспечить доступ малых форм хозяйствования к организованному товародвижению овощной продукции;

- повысить контролируемость прохождения значительного товаропотока продовольствия.

Мы считаем, что к ожидаемым результатам реализации проекта по созданию многофункционального оптово-распределительного центра в рамках совершенствования организационно-экономического взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции можно отнести: комплексное развитие и повышение товарности производства овощей в личных подсобных и фермерских хозяйствах; создание на базе оптово-распределительного центра специализированной логистической производственно-перерабатывающей и товаропроводящей системы в мелкотоварном секторе сельского хозяйства региона; увеличение производства

и продаж сельскохозяйственной продукции; рост доходов сельского населения и устойчивости развития сельских территорий.

При этом основной эффект может проявиться в росте товарности производства и трансформации натуральных подсобных хозяйств в товарные семейные фермы, поскольку сейчас при доле в общем производстве овощей на уровне 70 %, товарность личных подсобных хозяйств не превышает 20 % и, как следствие, в повышении уровня самообеспеченности Московской области свежими овощами.

### **3.3 Эффективность проекта с оценкой резерва дохода малых форм хозяйствования**

Основными результатами проекта по созданию усовершенствованного оптово-распределительного центра, характеризующими его эффективность, должны стать, во-первых, увеличение доли продукции отечественных производителей овощей в общем объеме товарооборота; во-вторых – установление контроля за полным циклом логистики продукции рынка овощей: от качества сырья, условий сбора и хранения, переработки, перегрузки, транспортировки до потребителя и реализации ему готового продукта; в-третьих – создание системы управления заказами, товародвижением, финансовыми потоками, которая позволит консолидировать потребности в обеспечении питанием и продовольствием различных социальных групп населения, а также привести к оптимизации расходования бюджетных средств за счет формирования единого социального заказа в муниципальном образовании региона для всех групп учреждений, где организовано социальное питание и/или адресная продовольственная помощь.

Расчеты были выполнены с учетом получения субсидий в рамках Государственной программы развития АПК: субсидии на компенсацию 20 % понесённых затрат по созданию и модернизации объектов АПК: плодо-, картофеле- и овощехранилищ; тепличных комплексов, животноводческих комплексов молочного направления в соответствии с постановлением Правительства №624 от 26.06.2015, которым устанавливается порядок предоставления субсидий на компенсацию части прямых понесённых затрат сельскохозяйственным товаропроизводителям и российским организациям, реализующим проекты по созданию и модернизации объектов агропромышленного комплекса, в том числе: плодо-, картофеле- и овощехранилищ; тепличных комплексов, животноводческих комплексов молочного направления (молочных ферм); селекционно-генетических центров в

животноводстве и селекционно-семеноводческих центров в растениеводстве; оптово-распределительных центров [112].

Рассматриваемый в работе типовой проект подходит под категорию объектов, которым полагается компенсация на строительство комплекса, согласно определению: «оптово-распределительный центр» – это комплекс зданий, строений и сооружений, предназначенный для хранения, подработки, первичной переработки, приема, упаковки и реализации сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

К основным производственным объектам оптово-распределительного центра относятся: складские помещения, цеха переработки продукции; холодильные камеры, площадки для ожидания разгрузки и погрузки автомашин непосредственно со складов или контейнерных площадок, торговые места.

К числу непроизводственных объектов относим: административное здание, службу связи, службу безопасности, противопожарную службу.

Общая стоимость проекта оптово-распределительного центра по хранению, переработке, реализации продукции овощей и картофеля составит 459 724 тыс. руб. Финансирование планируется за счет собственных и привлеченных денежных средств (Таблица 13).

Рассмотрим основные статьи расходов на запуск и функционирование создаваемого комплекса в несколько этапов.

1 этап – 2017 год, объем финансирования: 382 000 тысяч рублей, включает: проектно-изыскательские и землеустроительные работы, начало работ по строительству капитальных и временных сооружений, формированию инженерной и транспортной инфраструктуры (бурение скважины для организации водоснабжения, перенос ЛЭП, установка и подключение КТП-400 для организации электроснабжения, ремонт автомобильной дороги, ведущей к логистическому центру от основной магистрали), в целях модернизации производства сельскохозяйственной продукции - проектно-изыскательские и землеустроительные работы, капитальный ремонт склада временного хранения общей площадью 10 000 кв. м, расположенного на территории основной базы,

начало строительства административно-бытового здания, ремонтного бокса с гаражом, приобретение и установка перерабатывающего оборудования.

Таблица 13 – Основные параметры проекта усовершенствованного оптово-распределительного центра

Параметры	Характеристика
Площадь комплекса	не менее 10000 - 20000 м <sup>2</sup> с возможностью размещения дополнительных складов/производственных помещений (перспектива расширения). Аренда земельного участка 100 га на 49 лет.
Районы Московской области	Ступинский, Ленинский, Раменский, Озерский, Коломенский, Луховицкий, Сергиево-Посадский
Место расположения	Раменский район, вблизи Бронниц. Рядом проходит трасса А107 и Новорязанское шоссе
Оборудование и цеха	Для полноценной работы предприятия в помещении должен быть оборудован холодильный цех, а также линия по переработке, мойке и сортировке овощей. Здесь же выделяют небольшую площадь под офис, охрану.
Поставщики	- все хозяйствующие субъекты (в том числе хозяйства населения и крестьянские (фермерские) хозяйства)
Потребители	- перерабатывающие предприятия; - предприятия общественного питания; - государственные учреждения; - крупные оптовые центры; - розничные продуктовые сети; - конечный покупатель.
Перспектива	Открытие собственной розничной сети магазинов, открытие новых ОРЦ в разных районах Московской области
Ассортимент продукции	- картофель и овощи, откалиброванные по размеру, мытые, подсушенные, фасованные; - картофель и овощи очищенные, вакуумированные, упакованные в термоусадочных пакетах.
Средний годовой объем переработки сырья	Общий объем продукции (овощи, картофель) К(Ф)Х и хозяйства населения: 253 тыс. т.  Общий объем продукции (овощи, картофель) все хозяйствующие субъекты: 365 тыс. т.

Источник: составлено автором

2 этап – 2018 год, финансирование составит 55 000 тысяч рублей, включает строительство административно-торгового здания со складом временного хранения, приобретение арочных шатров для организации лоточной торговли, приобретение транспортных средств для организации работы логистического центра, приобретение дополнительной автотранспортной техники.

3 этап – 2019 год, финансирование 22 724 тысяч рублей, включает завершение строительных работ и ввод в эксплуатацию административно-бытового и административно-торгового здания, склада временного хранения для начала работы логистического центра, ремонтного бокса и гаража. Начало коммерческой деятельности (Таблица 14).

Сумма собственных средств учредителей, вложенных в проект, составит 59 724 тыс. руб.

Учредители – производители овощной продукции, заинтересованные в инвестиционной деятельности. Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью. Юридические лица: ООО «ОвощАгро» (доля в уставном капитале 40 %), ООО «Ферма» (доля в уставном капитале 40 %). Физические лица: Любимов Алексей Владимирович (доля в уставном капитале – 20 %).

В большинстве случаев экспертами предлагается формирование оптово-распределительных центров крупными компаниями, занимающимися сбытом или переработкой сельскохозяйственной продукцией. В случае организации центра перерабатывающими предприятиями и компаниями по оптовому сбыту может быть использована имеющаяся у них инфраструктура и земельная территория, что облегчает построение оптово-распределительного центра, но приводит к необходимости учитывать условиями хозяйствования сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Таблица 14– Основные капитальные вложения на 1-3 этапах реализации проекта (2017-2019 гг.)

Статья расходов	Кол-во, ед.	Цена за ед., руб.	Сумма, тыс. руб.
Капитальные вложения			
1. Строительство и запуск комплекса площадью 15 000 м2 (включая спец.темп.режимы)	1	-	375 000
2. Закупка оборудования	-	-	17 147,4
в том числе:	-	-	-
Опрокидыватель контейнеров стационарный ОК-1	6	4 700	28,2
Машина моечная ВОС-910 -	5	600 000	3 000
Комплекс линии машин для мойки, сухой очистки, сортировки, калибровки, фасовки овощей и картофеля	4	160 000	640
Машина для сортировки картофеля, лука, овощей по размеру мк-900	5	383 750	1 918,8
Оборудование для сухой очистки картофеля, овощей, лука, моркови мсок-5	5	242 000	1 210
Наклонный транспортер кн-650	5	270 000	1 350
Фасовочная машина с взвешиванием от 2 кг. до 50 кг. в готовые сетки, мешки, пакеты ВСП-50	4	305 400	1 221,6
Холодильные камеры	5	800 000	4 000
Вилочный Автопогрузчик Daewoo D18S-2 1470	6	370 000	2 220
Транспортные расходы (10% от стоимости оборудования)	-	-	1 558,9
3. Затраты на инженерное обеспечение производства (30 % от стоимости оборудования)	-	-	4 676,6
4. Контейнер деревянный для хранения (р-р 1650x1200x1025)	5000	1 100	5 500
5. Мусорный контейнер МКТ 120	1000	1 400	1 400
6. Транспорт	-	-	49 000
в том числе:	-	-	-
Бортовая АМ с гидроманипулятором	5	3 000 000	15 000
Бортовая АМ типа "Газель"	20	700 000	14 000
Грузовой АМ с полу-прицепом	5	4 000 000	20 000
7. Строительство подъездных путей (150 м X 4м)	-	-	7 000
Итого	-	-	459 724

Источник: составлено автором

На получение оставшейся суммы 400 000 тыс. руб. оформляется кредит под льготный процент в Россельхозбанке, равный 15 %, сроком на 6 лет, с размером ежемесячного платежа: 8 458 005,3 руб. В кредит берется вся сумма, поскольку срок получения субсидий может быть затянут в связи с длительным сроком подготовки, проверки и подтверждения документации (Таблица 15).

Таблица 15– Условия кредитования проекта

№ п/п	Наименование параметра	Характеристика параметра
1	Сумма кредита, руб.	400 000 000
2	Ставка по кредиту, % годовых	15
3	Срок кредитования, лет	6
4	Размер ежемесячного платежа, руб.	8 458 005,33
5	Общая сумма выплат, руб.	608 976 384,06
6	Переплата за кредит, руб. (%)	208 976 384,06 (52,24)
7	Начало выплат	Февраль 2017
8	Окончание выплат	Январь 2023

*Источник: составлено автором*

Компенсация, согласно Программе развития АПК составит 20% от суммы затрат на строительство комплекса. Сумма затрат на строительство, согласно смете, составляет 375 000 тыс. руб. (без учета стоимости оборудования, техники, транспорта).

Предполагаемая сумма компенсации: 75 000 тыс. руб. В Таблице 16 систематизированы статьи ежегодных постоянных затрат, связанных с функционированием оптово-распределительного центра.

Таблица 16 – Основные ежегодные затраты (постоянные) на функционирование оптово-распределительного центра

Статья расходов	Кол-во единиц	Затраты на единицу, руб.	Итого в год, тыс. руб.
Текущие затраты (постоянные)	-	-	
1. Персонал (ФОТ)	-	-	17 640
в том числе:	-	-	
Управляющий комплексом	2	80 000	1 920
Бухгалтер	1	40 000	480
Менеджер по закупкам и продажам	3	70 000	2 520
Диспетчер (прием заявок)	2	20 000	480
Логист	2	35 000	840
Главный инженер по обслуживанию автотехники	1	40 000	480
Водитель АМ с гидроманипулятором	6	30 000	2 160
Водитель АМ типа "Газель"	10	25 000	3 000
Водитель АМ с полу-прицепом	4	35 000	1 680
Оператор моечной машины	2	20 000	240
Оператор сортировочной машины	4	15 000	720
Оператор машины по очистке	3	15 000	540
Оператор фасовочной машины	1	15 000	180
Водитель автопогрузчика	4	15 000	720
Грузчики	5	15 000	900
Заведующий складом	1	25 000	300
Механик	2	20 000	480
2. Отчисления на социальные выплаты (30 % от ФОТ)	-	-	5 292
3. Амортизационные отчисления	-	-	556,3
Здание	-	-	147,9
Транспорт	-	-	215
Оборудование	-	-	193,4
4. Налог на землю, 100 га (0.3% от кадастровой стоимости)	-	-	1 930,5
5. Раходы на ГСМ, запчасти	-	-	1 970
8. Затраты на элетроэнергию, кВт	-	-	900
9. Аренда автотранспорта (по мере необходимости)	-	-	500
10. Платеж по кредиту	-	-	101 496
Итого	-	-	130 284,9

Источник: составлено автором

В прогнозных расчетах ежегодно заложено увеличение постоянных затрат на 10 %, связанное с увеличением штата сотрудников, индексацией заработной платы, увеличением стоимости ГСМ, электроэнергии и так далее.

В 2023 году выплачивается последний платеж по кредиту, с 2024 года он не учитывается в постоянных затратах.

Планируется, что в период с 2019 по 2020 гг. загруженность оптово-распределительного центра составит 10 % от прогнозных значений общего объема производства овощной продукции (хозяйства всех категорий). Это связано, в первую очередь, с началом коммерческой деятельности центра, с рисками по заключению договоров, наличие у крупных товаропроизводителей долгосрочных договоров с иными центрами (розничными сетями, переработчиками, перекупщиками).

В период 2021 г. прогнозируется загруженность центра порядка 20 % от общего объема производства овощной продукции (хозяйства всех категорий). Планируется максимально возможное вовлечение объема производства продукции К(Ф)Х, ЛПХ, заключение договоров на долгосрочное сотрудничество.

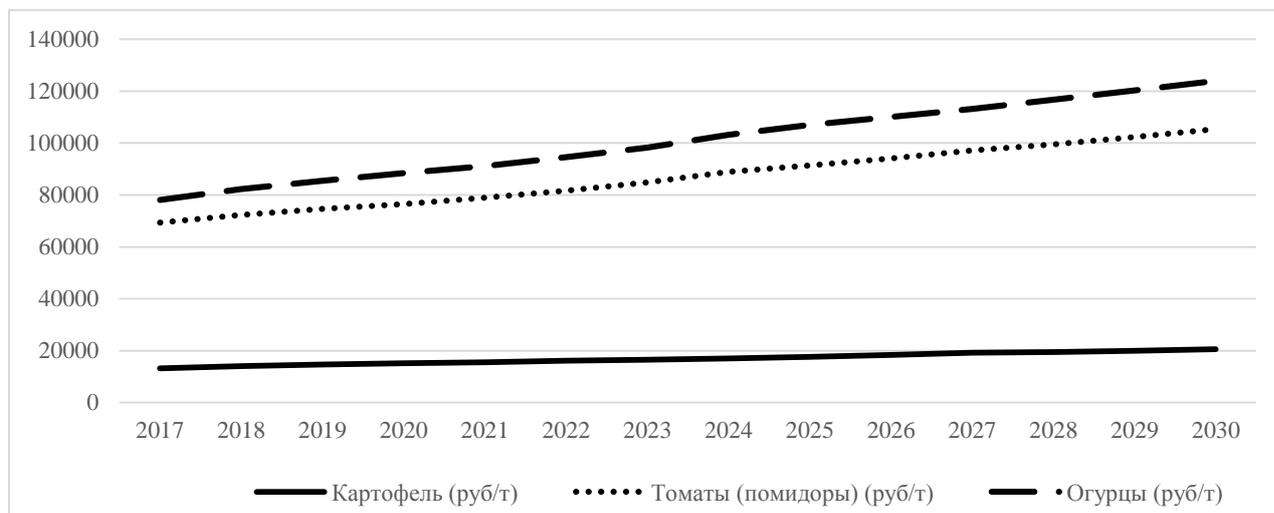
В период с 2022 по 2026 гг. загруженность составит 30 %, в период с 2027 по 2030 гг. – порядка 40 % от общего валового сбора овощей и картофеля хозяйствами всех категорий районов Московской области (Ступинский, Ленинский, Раменский, Озерский, Коломенский, Луховицкий, Сергиево-Посадский).

В период с 2017 по 2019 гг. в постоянные затраты заложена только ежемесячная выплата по кредиту в размере 8 458 тыс. руб., затраты, связанные со строительством распределительного центра, подъездных дорог входят в стоимость комплексного проекта и учитываются в капитальных вложениях.

В прогнозных значениях прибыли не учитывался возврат части денежных средств (20% от суммы затрат на строительство комплекса), согласно Государственной программе поддержки АПК. Считаем этот прогноз пессимистичным.

Средняя цена закупки продукции была определена как среднерыночная всех категорий овощей и картофеля в прогнозных значениях до 2030 года (Приложение К). В среднем, к 2030 году, нами прогнозируется увеличение

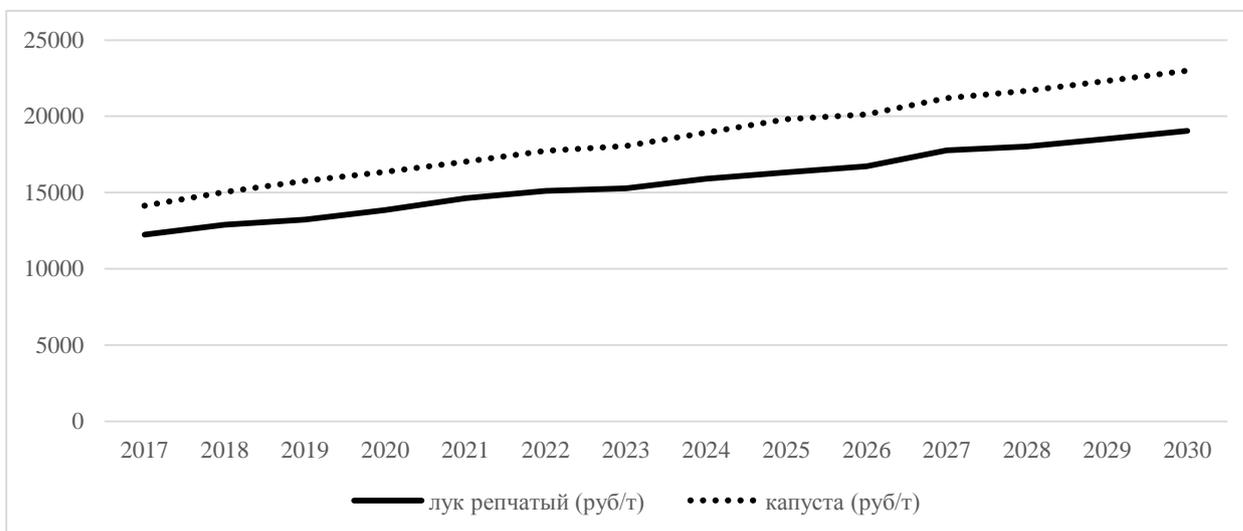
средней цены производителей на помидоры на 70 % (по сравнению с 2016 г.), на огурцы – порядка 75 %, на лук – до 96 %, на капусту – до 88 %, морковь – порядка 68 %, свеклы – до 80 % (Рисунок 29, Рисунок 30).



*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз составлен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 29 – Прогноз средних цен производителей на продукцию рынка овощей– картофель, томаты, огурцы, руб./т



*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз составлен на период с 2017 по 2030 гг.*

Рисунок 30 – Прогноз средних цен производителей на продукцию рынка овощей– лук репчатый, капуста, руб./т

Средняя цена продажи продукции распределительным центром увеличивается на 30 %, согласно предложенной модели движения продукции. На

основе данных средней цены закупки, рассчитаем среднюю цену продажи (Таблица 17).

Таблица 17 – Прогноз средних цен закупки и продажи продукции распределительным центром до 2030 г.

Годы	Средняя цена закупки, руб./т	Средняя цена продажи, руб./т (+30%)
2017	30 629,8	39 818,74
2018	32 134,1	41 774,33
2019	33 320,7	43 316,91
2020	34 383,5	44 698,55
2021	35 490,9	46 138,17
2022	36 761,6	47 790,08
2023	38 011,8	49 415,34
2024	39 680,9	51 585,17
2025	41 057,4	53 374,62
2026	42 180,4	54 834,52
2027	43 707	56 819,1
2028	44 772,3	58 203,99
2029	46 073,5	59 895,55
2030	47 431,9	61 661,47

*Источник: составлено автором*

Учитываем, что период 2017 – 2018 гг. входит в этап строительства и запуска проекта, а значит, не будет являться доходным.

Первоначальные затраты на закупку продукции в размере 1 172 млн. руб. будут «перекрываться» доходами от продажи в 1 523 млн. руб., поскольку оплата за продукцию производителям будет осуществляться на условиях отсрочки платежа, поэтому мы не учитываем затраты на закупку продукции в капитальных или постоянных затратах. В последствии планируется своевременно оплачивать счета за продукцию, в момент совершения сделки, либо с отсрочкой на 5-7 дней (Таблица 18).

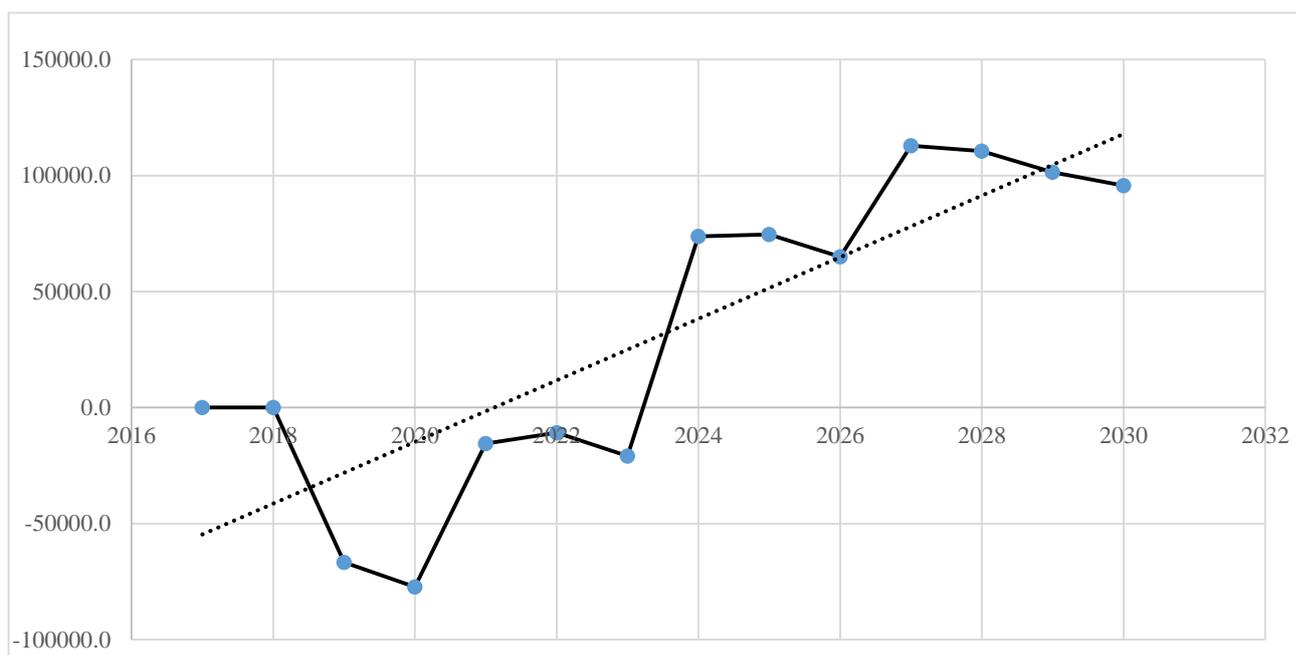
Таблица 18 – Результаты прогноза доходных показателей оптово-распределительного центра на период с 2017 по 2030 гг. (пессимистичный сценарий)

Годы	Объемы продукции и всего, тыс. т	Загруженность ОРЦ (доля от возможного объема продукции), тыс. т	Средняя цена закупки, тыс. руб./т	Затраты на закупку (переменные затраты), млн. руб.	Постоянные затраты, млн. руб.	Всего затрат в год, млн. руб.	Средняя цена продажи, тыс. руб./т	Доходы от продажи (розничные сети, переработчики, бюджетные орг.), млн. руб.	Валовой доход с учетом риска потери продукции, млн. руб.	Прибыль, млн. руб.	Чистая прибыль (-20% налог), млн. руб.
2017	0,0	0,0	0,0	0,0	130,3	130,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2018	0,0	0,0	0,0	0,0	130,3	130,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2019	351,7	35,2	33,3	1 171,7	130,3	1 302	43,3	1 523	1 218,6	-83,4	-66,7
2020	340	34	34,4	1 170	143,3	1 313	44,7	1 520,7	1 216,6	-96,5	-77,2
2021	487	97	35,5	3 458,6	157,6	3 616	46,1	4 496,1	3 597	-19,3	-15,4
2022	362	108,7	36,8	3 995,6	173,4	4 169,1	47,8	5 194,3	4 155,5	-13,6	-10,9
2023	361	108	38	4 118,1	190,8	4 308,9	49,4	5 353,5	4 282,8	-26	-20,8
2024	360,9	108,3	39,7	4 295,8	79,5	4 375,3	51,6	5 584,5	4 467,6	92,3	73,8
2025	366,8	110	41,1	4 518	87,5	4 605,6	53,4	5 873,6	4 698,9	93,2	74,6
2026	350,6	105,2	42,2	4 436,6	96,2	4 532,8	54,8	5 767,6	4 614,1	81,2	65
2027	353,1	141	43,7	6 172,7	105,9	6 278,7	56,8	8 024,7	6 419,8	141	112,9
2028	355,6	142	44,8	6 368	116,5	6 484,4	58,2	8 278,3	6 622,6	138,3	110,6
2029	345,9	138	46,1	6 374,2	128,1	6 502,3	59,9	8 286,4	6 629,1	126,9	101,5
2030	343,3	137	47,4	6 513	141	6 654,2	61,7	8 467,3	6 773,8	119,6	95,7

Источник: составлено автором

Годовая прибыль от коммерческой деятельности, рассчитанная как разница между валовым доходом с учетом рисков потерь продукции и всеми затратами, выходит на положительное значение в 2024 году с показателем 92,3 млн. руб., в 2030 году это значение фиксируется на уровне 119,6 млн. руб.

Значение чистой прибыли также выходит на положительный уровень в 2024 г. (73 831,9 тыс. руб.). Этот период совпадает с окончанием выплат по кредиту, а соответственно, с уменьшением постоянных затрат (Рисунок 31).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 31 – Динамика чистой прибыли проекта при пессимистичном сценарии на период 2017 – 2030 гг., тыс. руб.

Линия тренда на графике показывает положительную тенденцию в разрезе получения прибыли. Среднее значение чистой прибыли составит 31 640 тыс. руб.

Риск потери дохода путем порчи продукции закладываем в расчет в размере 20 % (в период с 2019 по 2030 гг.).

Оптимистичный сценарий предполагает возврат части денежных средств, в размере 20 % от затрат на строительство оптово-распределительного центра, в размере 75 000 тыс. руб., а также более интенсивную загрузку мощностей центра, при сохранении прочих параметров (Таблица 19).

Таблица 19 – Результаты прогноза доходных показателей оптово-распределительного центра на период с 2017 по 2030 гг. (оптимистичный сценарий)

Годы	Объемы продукции всего, тыс. т	Загруженность ОРЦ (доля от возможного объема продукции), тыс. т	Средняя цена закупки, тыс. руб./т.	Затраты на закупку (переменные затраты), млн. руб.	Постоянные затраты, млн. руб.	Всего затрат в год, млн. руб.	Средняя цена продажи, тыс. руб./т.	Доходы от продажи (розничные сети, переработчики, бюджетные орг.), млн. руб.	Валовой доход с учетом риска потери продукции, млн. руб.	Прибыль, млн. руб.	Чистая прибыль (-20% налог), млн. руб.
2017	0,0	0,0	0,0	0,0	130,3	130,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2018	0,0	0,0	0,0	0,0	130,3	130,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2019	351,6	52,7	33,3	1 757,6	130,3	1 887,9	43,3	2 284,9	1 828	-60	-48
2020	340,2	51	34,4	1 754,7	143,3	1 898	44,7	2 281,1	1 824,9	-73,1	-58,5
2021	487,2	146,2	35,5	5 187,9	142,6	5 330,5	46,1	6 744,2	5 395,4	64,9	51,9
2022	362,3	108,7	36,8	3 995,6	158,4	4 154,1	47,8	5 194,3	4 155,5	1	1
2023	361	108	38	4 118,1	175,7	4 293,8	49,4	5 353,5	4 282,8	-11	-8,8
2024	360,9	126	39,7	5 011,7	64,5	5 076,2	51,6	6 515,2	5 212,2	136	108,7
2025	366,8	128,4	41,1	5 271,1	72,5	5 343,6	53,4	6 852,5	5 482	138,4	110,7
2026	350,6	122,7	42,2	5 176	96,2	5 272,3	54,8	6 728,8	5 383,1	110,8	88,6
2027	353,1	176,5	43,7	7 716,1	105,9	7 822	56,8	10 031	8 024,7	202,8	162,2
2028	355,6	177,8	44,8	7 959,9	116,5	8 076,4	58,2	10 347,9	8 278,3	201,9	161,6
2029	345,9	172,9	46,1	7 967,7	128,1	8 095,8	59,9	10 358	8 286,4	190,6	152,5
2030	343,3	171,6	47,4	8 141,6	141	8 282,5	61,7	10 584,1	8 467,3	184,8	147,8

Источник: составлено автором

Возврат планируется частями, с 2021 г. (после запуска проекта и начала коммерческой деятельности, подготовки запроса на возврат, всей необходимой документации по проекту) по 2025 гг. по 15 000 тыс. руб. Эти значения учитываются как доходные и уменьшают на 15 000 тыс. руб. ежегодно статью постоянных затрат.

Зафиксируем, что в период с 2019 по 2020 гг. загруженность оптово-распределительного центра составит 15 % от прогнозных значений общего объема производства овощной продукции (хозяйства всех категорий).

В период с 2021 по 2023 гг. прогнозируется загруженность центра порядка 30 % от общего объема овощной продукции (хозяйства всех категорий), в период с 2024 по 2026 гг. – загруженность 35 %. Планируется максимально возможное вовлечение объема производства продукции К(Ф)Х, ЛПХ, заключение договоров на долгосрочное сотрудничество.

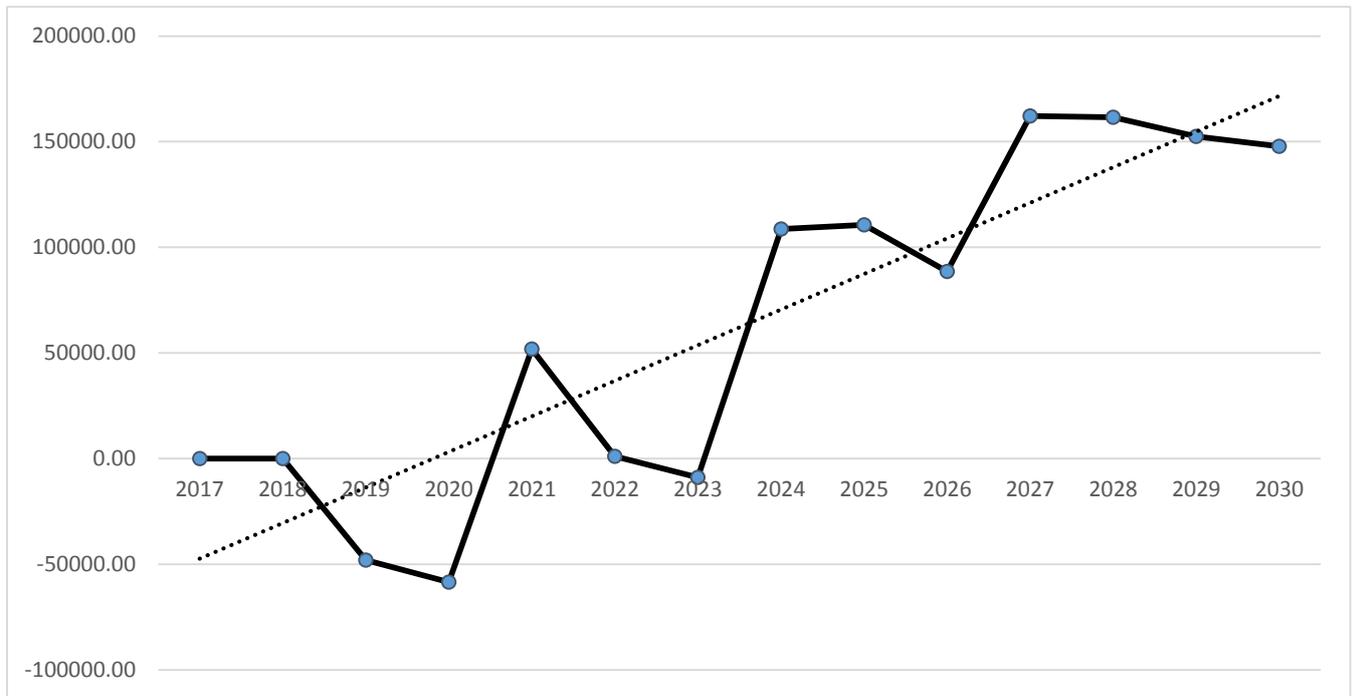
В период с 2027 по 2030 гг. загруженность составит 50 %, от общего валового сбора овощей и картофеля хозяйствами всех категорий районов Московской области (Ступинский, Ленинский, Раменский, Озерский, Коломенский, Луховицкий, Сергиево-Посадский).

При оптимистичном сценарии значение чистой прибыли выходит на положительный уровень также в 2024 г., но с большим значением: 108 742 тыс. руб., на 35 000 тыс. руб. больше, чем в пессимистичном сценарии.

Риск потери валового дохода в связи с порчей продукции признаем в размере 20 % с 2019 по 2030 гг.

Значения валового дохода также увеличились, а соответственно и уровень чистой прибыли.

Среднегодовое значение чистой прибыли составит 62 132 тыс. руб. Линия тренда на графике показывает положительную тенденцию в разрезе получения прибыли (Рисунок 32).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 32 – Динамика чистой прибыли проекта при оптимистичном сценарии на период 2017 – 2030 гг., тыс. руб.

Срок окупаемости проекта при оптимистичном сценарии составит 7 лет, по пессимистичному – 15 лет.

Коэффициент общей экономической эффективности капитальных вложений показывает уровень прибыли на единицу затрат. При оптимистичном сценарии этот показатель больше в 2 раза и составляет 14 %.

Коэффициент рентабельности инвестиций в пессимистичном сценарии равен 20 % и в оптимистичном – 64 %, что означает, что разработанный инвестиционный проект рентабельный и его можно принять к рассмотрению.

Рассчитанный показатель IP (коэффициент рентабельности инвестиций) – показывает отдачу вложенных средств в инвестиционный проект в относительном выражении.

В Таблице 20 приведен расчет основных показателей эффективности проекта при пессимистичном и оптимистичном прогнозе на период 2017–2030 гг.

Таблица 20 – Результаты прогноза показателей экономической эффективности инвестиционного проекта

Показатели	Пессимистичный прогноз	Оптимистичный прогноз
Капитальные вложения, тыс. руб.	459724	459724
Среднегодовой валовой доход, тыс. руб.	3 906 876	4 923 287
Среднегодовая чистая прибыль, тыс. руб.	31 639,4	62 132
Среднегодовой объем продукции, т	90 448	110 235
Коэффициент общей экономической эффективности капитальных вложений, %	7	14
Срок окупаемости, лет	15	7
NPV (чистый дисконтированный доход), при ставке дисконта 10%	91 233	295 594
IRR (Внутренняя норма доходности), %	19	42
PI (Коэффициент рентабельности инвестиций в проект), %	20	64

*Источник: составлено автором*

*Примечание: прогноз составлен на период 2017–2030 гг.*

Рассчитанный показатель Net Present Value (NPV, чистый дисконтированный доход) – один из самых распространенных показателей эффективности инвестиционного проекта. Это разность между дисконтированными по времени поступлениями от проекта и инвестиционными затратами на него. Положительное значение означает, что предлагаемый инвестиционный проект оптово-распределительного центра является прибыльным для инвесторов.

Выявленный показатель Internal Rate of Return (Внутренняя норма доходности, IRR) – определяет ставку дисконтирования при которой инвестиции равны 0 ( $NPV=0$ ), или другими словами затраты на проект равны его доходам. Внутренняя норма доходности инвестиционного проекта определяет ставку кредита, при которой не образуется убытка от инвестиций. Поскольку в проекте использовались заемные средства под 15 % годовых, то рассчитанная внутренняя норма доходности сценариев в размере 19 % и 42 % указывает на то, что использование заемных средств уместно и предлагаемый инвестиционный

проект заработает больший процент дохода, чем стоимость капитала, которая потребовалась для первоначальной инвестиции.

Экономическая эффективность подобных центров, несомненно, в разных условиях будет иметь разное значение, поскольку важны источники финансирования, участие в государственных программах поддержки, грамотное управление проекта в целом.

В условиях создания распределительного центра «с нуля», финансирования за счет личных средств учредителей, а также дополнительных денежных средств в виде кредита на срок 6 лет, общих капитальных затрат итогом в 459 723 970 рублей, срок окупаемости проекта составит 15 лет – по пессимистичному сценарию со средним уровнем чистой прибыли в размере 31 639.4 тыс. руб. и 7 лет – по оптимистичному со средним уровнем чистой прибыли в размере 62 132 тыс. руб.

Важным отличием оптимистичного сценария является увеличение объемов закупки продукции у производителей на 20 тыс. т., по сравнению с заложенным объемом продукции пессимистичного сценария, поэтому дальнейшая стратегия развития распределительного центра связана с увеличением объема продукции, задействованного в обороте распределительного центра, охватом соседних районов Московской области, вовлечение большего числа отечественных товаропроизводителей в товарооборот, расширение партнерских отношений с перерабатывающими компаниями, активная PR компания.

Задача конкурентного раздела маркетинговой стратегии – выявить и закрепить конкурентное преимущество оптово-распределительного центра на рынке.

Отличительной чертой предлагаемого проекта многофункционального распределительного центра являются Единые пункты работы с производителями. Управление Едиными пунктами осуществляется квалифицированными специалистами, которые консультируют производителей о тенденциях развития рынка овощей, формируют и поддерживают межотраслевые связи субъектов рынка, оказывают поддержку в материально-

техническом обеспечении производства на период сбора урожая и т.д.

В том числе, согласно общей конкурентной матрице М. Портера, конкурентное преимущество распределительного центра на рынке может быть обеспечено дополнительными мероприятиями.

Во-первых, это продуктивное лидерство, основанное на придании выполняемых маркетинговых услуг, востребованных потребителями специфических качеств. Особое внимание уделяется совершенствованию товарного вида, стандартизации, формированию однородных партий, поставляемых на перерабатывающие предприятия и в торговую сеть сельскохозяйственной продукции. Так формируется «рыночная сила» услуг. При использовании этой стратегии особую роль играет эффективно проводимая PR-компания.

Во-вторых, ценовое лидерство обеспечивается за счет эффективной организации производства и сбыта, позволяющей обеспечивать минимизацию издержек и поддерживать не менее чем на 10% более высокие закупочные цены накупаемую сельскохозяйственную продукцию при таком же уровне снижения отпускных цен на поставляемую продукцию.

В-третьих, лидерство в нише связано с фокусированием продуктового или ценового преимущества на узком сегменте рынка. Данный сегмент не должен привлекать особого внимания более сильных конкурентов.

Основой продуктовой сегментации является выделение рыночных сегментов на основе ограничения состава заготавливаемой сельскохозяйственной продукции, а также расширение использования аутсорсинга (привлечения для выполнения технологических операций специализированных организаций), резко сужающих потребности в инвестициях в собственную материально-техническую базу и повышающих эффективность использования уже имеющегося собственного парка машин и оборудования, а также обеспечивающего рост производительности труда персонала.

Все приведенные выше аспекты маркетинговой стратегии детализируются в планах конкретных действий на том или ином этапе становления

распределительного центра (Таблица 21).

Таблица 21 – Результаты разработанного пошагового алгоритма реализации маркетинговой стратегии для проекта оптово-распределительного центра

№ п/п	Организационно-управленческие мероприятия	Продолжительность (месяцы с начала функционирования ОРЦ)	Результат
1	Создание диспетчерской маркетингово-логистической службы	1-2 месяца	Формирование штата (2-3 менеджера по маркетингу и сбыту)
2	Выявление потенциального места вновь формируемого ОРЦ на продовольственном рынке Московской области посредством ситуационного SWOT-анализа	Со 2-го и последующих месяцев	Определение границ стратегической зоны хозяйствования
3	Формирование связей с потенциальными потребителями продукции (выполняет служба сбыта и маркетинга)	3-8 месяцы	Устанавливаются объем и структура потенциального рынка сбыта продукции
4	Установление партнерских отношений с ГК «Дмитровские овощи»	3-8 месяцы	Договор, гарантирующий определенные объемы сбыта продукции через торговую сеть
5	Конкретизация маркетинговых целей ОРЦ и разработка планов маркетинга, включая проведение PR (рекламной компании)	С 5 и последующих месяцев	Принятие и реализация комплексной маркетинговой стратегии. Определение бюджета маркетинга

*Источник: составлено автором*

*Примечание: стратегия подлежит реализации с 2019 г.*

Конкурентная сегментации нацелена на поиск и занятие рыночной ниши, незанятой конкурентами, с целью получения преимуществ за счет определенной монополизации рынка.

Существенным элементом является осуществление активной PR-компании, направленной на формирование среди партнеров адекватного представления о возможностях многофункционального оптово-

распределительного центра посредством размещения рекламных объявлений в средствах массовой информации, проведения презентаций для малых форм хозяйствования, участия в выставках и продовольственных ярмарках.

Поскольку разработка проекта многофункционального оптово-распределительного центра связана с основной целью привлечения в товарооборот рынка овощей малых и средних производителей (К(Ф)Х, ЛПХ), рассмотрим динамику дохода этой категории хозяйств на прогнозный период 2017 – 2030 гг.

Зафиксируем норму потери продукции, установленную в размере 20 %, которая характеризует потерю части объема произведенной продукции в связи с транспортировкой, отсутствием овощехранилищ, желанием производителя «придержать» продукцию до повышения цены (к окончанию сезона).

С 2022 г. примем среднюю общую норму потери, согласно Приказу от 28 августа 2006 года № 268 «Об утверждении норм естественной убыли массы столовых корнеплодов, картофеля, плодовых и зеленных овощных культур разных сроков созревания при хранении», в размере 9% при расчетах дохода от сбыта распределительному центру, так как предполагается полное вовлечение малых и средних форм хозяйствования в работу распределительного центра.

Для расчета сценария сбыта продукции только перекупщикам уровень потери останется на прежнем значении – 20 %.

В связи с постепенной загруженностью оптово-распределительного центра, объем закупаемой продукции растет в соответствии с планом закупок. Остаток продукции может быть продан перекупщикам, а также уменьшен на норму потери.

До 2026 г. производители продают в ОРЦ частичный объем продукции (в соответствии с планом), частично сбывают перекупщикам. В расчетах приняты средние цены закупки продукции согласно прогнозным данным (Приложение К).

В период 2017 – 2018 гг. производители сбывают продукцию только через перекупщиков, поскольку запуск многофункционального центра планируется с 2019 г. (Таблица 22).

Таблица 22 – Результаты прогноза дохода производителей (К(Ф)Х, ЛПХ)

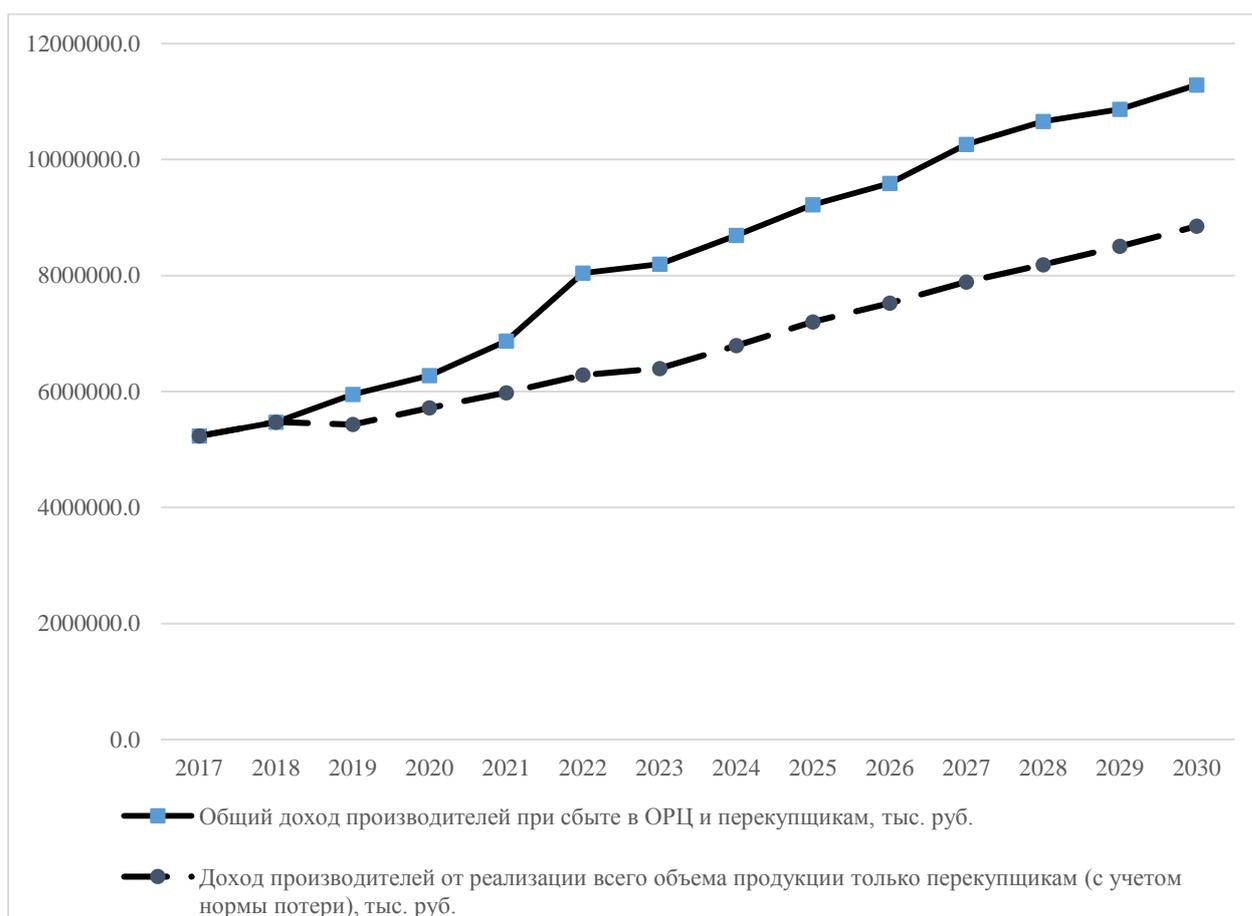
Годы	Загруженность ОРЦ (доля от возможного объема продукции), тыс. т	Прогноз объемов продукции и КФХ, ЛПХ, тыс. т	Норма потери продукции и КФХ, ЛПХ (20%; с 2022 г. 9%), тыс. т	Нереализованный в распределительный центр объем продукции, тыс. т	Доход от реализации продукции в ОРЦ согласно плану загруженности, млн. руб.	Доход от реализации продукции перекупщикам, млн. руб.	Общий доход при сбыте в ОРЦ и перекупщикам, млн. руб.	Доход от реализации всего объема продукции только перекупщикам (с учетом нормы потери), млн. руб.	Темп роста дохода производителей при сбыте продукции в ОРЦ (+ частично перекупщикам), %	Темп роста дохода производителей при сбыте продукции только перекупщикам, %
2017	0,0	230,9	46,2	184,7	0,0	5 231,9	5 231,9	5 231,9	-	-
2018	0,0	234,1	46,8	187,3	0,0	5 473,8	5 473,8	5 473,8	4.6	4.6
2019	52,7	239,7	48	139	1 757,6	4 194,4	5 952	5 431,9	8.7	-0.8
2020	51	244,5	49	144,6	1 754,7	4 518,5	6 273,2	5 717,7	5.4	5.3
2021	146,2	247,7	49,5	52	5 187,9	1 679,7	6 867,6	5 978	9.5	4.6
2022	108,7	251,3	22,6	120	3 995,6	4 048,5	8 044,2	6 283,1	17.1	5.1
2023	108,3	247,5	22,3	117	4 118,1	4 080,4	8 198,5	6 398,4	1.9	1.8
2024	126,3	251,6	22,6	102,7	5 011,7	3 682,1	8 693,9	6 790,2	6.0	6.1
2025	128,4	257,9	23,2	106,3	5 271,2	3 949,2	9 220,3	7 200,2	6.1	6.0
2026	122,7	262,3	23,6	116	5 176	4 414,5	9 590,6	7 524	4.0	4.5
2027	176,5	265,4	23,9	65	7 716,1	2 544,6	10 260,7	7 888	7.0	4.8
2028	177,8	268,9	24,2	67	7 959,9	2 698,5	10 658,4	8 187,4	3.9	3.8
2029	172,9	271,4	24,4	74	7 967,7	2 898,5	10 866,2	8 502	1.9	3.8
2030	171,6	274,3	24,7	78	8 141,6	3 145,1	11 286,7	8 848,8	3.9	4.1

Источник: составлено автором

Примечание: прогноз составлен на период 2017-2030 гг.

К 2030 году общий доход производителей от реализации продукции в распределительный центр (с 2019 года) и частично перекупщикам составит 11 286 721 тыс. руб., в сценарии сбыта продукции только перекупщикам этот показатель составит 8 848 771 тыс. руб. Средний темп роста доходов производителей при работе с оптово-распределительным центром составит 6,2 %, в то время как темп роста доходов при сбыте через перекупщиков достигает 4 %.

Целесообразность создания оптово-распределительного центра доказана показателями экономической эффективности пессимистичного и оптимистичного прогнозов инвестиционного проекта, а также уровнем дохода производителей малых и средних форм хозяйствования (Рисунок 33).



*Источник: составлено автором*

Рисунок 33 – Прогноз динамики дохода производителей К(Ф)Х и ЛПХ при сбыте продукции через оптово-распределительный центр, и через перекупщиков на период 2017 – 2030 гг., тыс. руб.

В экономике организаций используется взаимосвязанная система понятий «привлекательность», отражающая инновационно-инвестиционный процесс проектирования в целом по организации и функциональным подсистемам – инвестиционная, инновационная, инновационно-инвестиционная, технологическая, экономическая, социальная, экологическая привлекательность предприятия, которые отражают содержание кругооборота капитала.

Привлекательность может иметь разное значение: отсутствие привлекательности, низкая, средняя, высокая привлекательность. Оценка инновационно-инвестиционной привлекательности предприятия приводит к необходимости учета практически всех сфер его деятельности, что связано с решением технологических, социальных, экологических и экономических вопросов: повышение качества продукции, снижение производственных и коммерческих затрат, решение социальных и экологических проблем [133].

Мы установили, что доход производителей, полученный в ходе совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия субъектов рынка, дает возможность к расширению производства, приобретению техники для возделывания и уборки урожая, повышения уровня оплаты труда работникам, закупки высококачественных семян, перспектива создания производства защищенного грунта, а соответственно проект имеет высокую степень привлекательности.

Таким образом, совершенствование оптовых распределительных центров в районах Московской области позволит обеспечить паритетное взаимодействие субъектов организационно-экономического механизма; повысить самообеспеченность Московской области свежими овощами; построить эффективную систему заготовки, хранения, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции; повысить доходы и уровень занятости сельского населения; эффективно развивать структуру, выполняющую функции сельскохозяйственной потребительской кооперации; создать инструмент государственного и областного регулирования товаропотоков продовольствия и цен в целях поддержки отечественного сельхозтоваропроизводителя; повысить

производство отечественной конкурентоспособной продукции, в том числе малыми формами хозяйствования, которые имеют основной вес в структуре производства; обеспечить формирование и соблюдения стандартов безопасности продукции; снизить долю импорта в общем объеме овощной продукции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Эффективное функционирование организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции позволяет обеспечить рост экономики и повысить степень удовлетворения потребностей населения. Важное место при этом отводится повышению уровня вовлечения отечественных товаропроизводителей в товарооборот, поскольку в современных условиях именно посредством этого возможно достижение продовольственной безопасности страны и следование политике импортозамещения.

2. Понятие организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, предложено автором с учетом обоснованных причин, влияющих на их взаимодействие и определено как инструмент экономического развития, функционирующий с соблюдением поставленной цели, определенных принципов, факторов, в виде взаимообусловленных связей субъектов по вопросам обеспечения населения продуктами питания, в частности свежими овощами, с паритетными условиями и максимальной выгодой для каждого субъекта.

3. Обозначены проблемы в сфере сбыта продукции малых форм хозяйствования, такие как: низкая потребительская привлекательность овощной продукции из-за отсутствия системы стандартизации фермерских продуктов. Как результат – отсутствие заинтересованности розничных сетей в работе с малыми формами хозяйствования; более высокая себестоимость продукции по сравнению с импортной; недостаточное развитие складских и логистических технологий, отсутствие бизнеса по обработке и хранению овощей и фруктов: процент потери овощной продукции может достигать 30–40% и более; отсутствие оптовых закупщиков, приобретающих под заказ свежую фермерскую продукцию; невозможность полноценно участвовать в продвижении и реализации продукции.

4. Проведенный анализ современного состояния и условий функционирования производителей и потребителей овощной продукции в Московской области показал, что производство овощной продукции в большем объеме сосредоточено в хозяйствах населения, которыми в 2016 г. выращено 66,7% общего сбора овощей (в 2015г. – 67 %). Темп прироста посевных площадей овощей Московской области снизился на 49 % в 2015 году по сравнению с 2000 годом, урожайность овощей показывает положительный рост в размере 30 % (в сравнении 2015 года с 2000 годом), что свидетельствует о том, что сельскохозяйственные товаропроизводители за 15 лет начали активно использовать современные технологии возделывания овощных культур для повышения эффективности функционирования отрасли. В ходе исследования были сформулированы приоритетные направления вовлечения малых форм хозяйствования в общую систему товарооборота, основанные на оценке прогнозного потенциала производства овощей и картофеля К(Ф)Х и ЛПХ некоторых районов Московской области. Согласно прогнозируемым показателям до 2030 г., объем производства овощей составит порядка 275 тыс. т, при этом доля в общей структуре производства составит около 80 %.

5. Определено, что для производителей малых форм хозяйствования приоритетными являются такие направления развития как: создание агротехнопарков развития овощеводства открытого грунта в личных подсобных хозяйствах в виде коммерческих организаций, кооперирование с передачей отдельных производственных и сервисных функций потребительским кооперативам различного типа, сотрудничество с многофункциональными распределительными центрами через Единые пункты работы с производителями, которые помимо коммерческой деятельности выполняют частично задачи по управлению объемами производства, управлению логистикой, оказанию консультационных услуг.

6. На основе проведенного в ходе исследования бально-рейтингового опроса, автором проанализированы и систематизированы факторы, влияющие на выбор производителя, и определено, что малые формы хозяйствования – К(Ф)Х

и ЛПХ не соответствуют этим критериям, имеют низкую степень конкуренции. Основными причинами, влияющими на выбор производителя овощной продукции, являются: 1. Закупочная цена; 2. Транспортные расходы на доставку продукции; 3. Стабильность объемов поставок; 4. Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией.

7. Автором определено, что совершенствование оптово-распределительных центров, как элемента организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции, должно осуществляться посредством внедрения Единых пунктов работы с производителями. Единые пункты выполняют частично функции кооператива (управление объемами производства, управление логистикой, содействие в процессе производства), частично функции коммерческой единицы (получение дохода от заключения договоров, продажи сопутствующих товаров – семян, техники и т.д.).

Создание оптово-распределительных центров с Едиными пунктами работы с производителями с целью совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции связано с решением важных задач налаживания межотраслевых связей рынка овощной продукции, системной их интеграции, призвано согласовать экономические интересы производителей и потребителей, а также соединить разрозненные субъекты производства в сбалансированную и пропорционально развивающуюся систему с паритетным участием каждого субъекта механизма.

8. Предложена и обоснована схема усовершенствованного оптово-распределительного центра с Едиными центрами по работе с потребителями, позволяющая вовлекать товаропроизводителей малых форм хозяйствования в общий товароборот овощной продукции на паритетных условиях.

9. Доказана целесообразность проекта оптово-распределительного центра с внедрением Единых пунктов работы с производителями путем выявления резервов дохода отечественных производителей К(Ф)Х и ЛПХ. Прогнозируемые

доходы к 2030 году производителей от реализации продукции в ОРЦ (с 2019 года) и частично перекупщикам составит 11 286,7 млн. руб., в сценарии сбыта продукции только перекупщикам этот показатель составит 8 848, 7 млн. руб. Среднегодовой темп роста доходов увеличится на 2,2 %.

Доход, полученный производителями некоторых районов Московской области от сотрудничества с многофункциональным распределительным центром, дает возможность к расширению производства, приобретению техники для возделывания и уборки урожая, повышения уровня оплаты труда работникам, закупки высококачественных семян, перспектива создания производства защищенного грунта.

В рамках Московской области, предлагаемый проект оптово-распределительного центра с внедрением Единых пунктов работы с производителями будет способствовать решению задач по повышению самообеспеченности населения овощной продукцией, снижению доли импорта в общем товарообороте овощей.

10. На основе произведенной оценки экономической эффективности предложенной схемы взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции при оптимистичном и пессимистичном сценариях, были получены результаты: срок окупаемости проекта 7 и 15 лет, соответственно; среднегодовой уровень чистой прибыли 62 132 тыс. руб. и 31 640 тыс. руб., соответственно; коэффициент общей экономической эффективности капитальных вложений 14 % и 7 %.

К основным направлениям совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия производителей и потребителей овощной продукции следует отнести: формирование паритетных условий взаимодействия субъектов, совершенствование ценообразования в процессе товародвижения, внедрение Единых пунктов работы с производителями на базе оптово-распределительного центра, оказывающих логистические, техно-логические и консалтинговые услуги сельхозтоваропроизводителям, в том числе малым формам хозяйствования, на всех стадиях товародвижения овощной продукции.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аварский, Н.Д. Производство, переработка, и хранение сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия»: цели и задачи, основные приоритеты развития [Текст] / Н.Д. Аварский, В.Н. Иванова, С.Н. Серегин // Пищевая промышленность. – 2017. – № 1. – С. 8-12.
2. Аварский, Н.Д. Теория и методология инфраструктуры товародвижения на агропродовольственном рынке [Текст] / Н.Д. Аварский, Н.А. Пролыгина // АПК: Экономика, управление. – 2015. – № 10. – С. 73-79.
3. Аварский, Н.Д. Товаропроводящая и логистическая инфраструктура агропродовольственного рынка: выбор альтернативных направлений развития [Текст] / Н.Д. Аварский, В.Н. Иванова, С.Н. Серегин // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2015. – № 10. – С. 65-72.
4. Абалкин, Л. И. Логика экономического роста [Текст] / Л.И. Абалкин. – М.: ИЭ РАН. – 2003. – 228 с.
5. Абалкин, Л.И. Избранные труды [Текст] / Л.И. Абалкин. – В 4 т. / Сост. Грибанова О.М., Вольное экономическое общество России. М.: Экономика. – 2000. – 991 с.
6. Агирбов, Ю.И. Особенности и перспективы российского рынка картофеля [Текст] / Ю. И. Агирбов, Р. Р. Мухаметзянов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 11. – С. 51-55.
7. Агирбов, Ю.И. Сезонное ценообразование на отдельные виды плодово-ягодной продукции [Текст] / Ю. И. Агирбов, Р. Р. Мухаметзянов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 6. – С. 55-59.
8. Агирбов, Ю.И. Формирование и развитие российского рынка овощей [Текст] / Ю. И. Агирбов, Р. Р. Мухаметзянов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 9. – С. 69-72.

9. Адам Смит и современная политическая экономия [Текст] / Под ред. Н. А. Цаголова. М. – 2013. – 215 с.

10. Алтухов, А.И. Развитие продовольственного рынка России: В 2 ч. [Текст] / А.И. Алтухов, Г.И. Макин, М.А. Бабков. — М.: АгриПресс. – 1999–2000.– 444 с.

11. Алтухов, А.И. Импортозамещение в АПК России: проблемы и перспективы [Текст] / А.И. Алтухов // Аграрный потенциал в системе продовольственного обеспечения: теория и практика материалы Всероссийской научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации; ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА. – 2016. – С. 3-11.

12. Алтухов, А.И. Межрегиональный обмен в системе продовольственного обеспечения страны [Текст] /А.И. Алтухов // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 1. – С. 61-70.

13. Алтухов, А.И. Экономическая эффективность повышения устойчивости производства продукции растениеводства [Текст] / А.И. Алтухов // В сборнике: Перспективы развития сельского хозяйства Российской Федерации: инновационно-технологические параметры, формы территориальной организации материалы международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 18-24.

14. Алтухов, А.И. Продовольственная независимость России [Текст] / А.И. Алтухов, В.А. Афанасьев, А.К. Батулин, В.А. Бутковский, В.Д. Глущенко, А.Л. Злочевский, В.А. Измайлов, О.А. Ильина, В.С. Иунихина, С.В. Кислов, С.В. Краус, В.Н. Кустов, Ю.И. Ковалев, М.Л. Мамиконян, А.П. Нечаев, С.М. Носенко, А.Б. Овечкин, А.Н. Пономарев, В.А. Тутельян и др.// Издание в 2-х томах/ М. – Технология ЦД. – 2016. – 650 с.

15. Батов, Г. Пути формирования крупнотоварного производства в АПК депрессивного региона [Текст] / Г. Батов, М. Гязова, М. Кандрокова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2006. – № 4. – С. 11-13.

16. Богданова, О. В., Леметти, Ю. А. Устойчивое развитие сельского хозяйства: проблемы и перспективы [Текст] / О.В. Богданова, Ю.А. Леметти. — Тверь: Изд-во ТСХА. — 2012. — 174 с.

17. Борхунов, Н.А. Проблемные вопросы ценообразования в АПК [Текст] / Н.А. Борхунов // В сборнике: Совершенствование экономического механизма обеспечения доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей. Материалы научно-практической конференции. Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР). — 2016. — С. 96-100.

18. Борхунов, Н.А. Вектор развития сельского хозяйства и других видов деятельности в условиях кризиса [Текст] / Н.А. Борхунов, С.Н. Гришкина, О.А. Родионова // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. — 2016. — № 2. — С. 25-28.

19. Брагин, Н.И. Государство и рынок [Текст] / Н.И. Брагин. — М.: Союз. — 2015. — 288 с.

20. Буздалов, И.Н. Структурные перекосы в сельском хозяйстве России: причины и последствия [Текст] / И.Н. Буздалов // АПК: Экономика, управление. — 2017. — № 2. — С. 4-14.

21. Буздалов, И.Н. Теория и проблемы современного кооперативного движения в России [Текст] / И.Н. Буздалов // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2016. — № 3. — С. 7-19.

22. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: начальный курс [Текст] / А. В. Бусыгин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. — 2016. — 638 с.

23. Бычкова, А.Н. Экономический механизм: определение, классификация и применение [Текст] / А.Н. Бычкова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». — 2010. — № 4. — С. 37-43.

24. Видяпин, В.И. Экономическая теория (политэкономия): Учебник [Текст] / В.И. Видяпин, Г.П. Журавлева. — М.: ИНФРА-М. — 2013. — 640 с.

25. Водяников, В.Т., Худякова Е.В. Сельская потребкооперация: проблемы и перспективы [Текст] / В.Т. Водяников, Е.В. Худякова // Сельский механизатор. – 2016. – № 6. – С. 2-5.

26. Водяников, В.Т. Экономика сельского хозяйства [Текст] / В.Т. Водяников, Е.Г. Лысенко, Е.В. Худякова, А.И. Лысюк, В.В. Галанов, Н.А. Середя, В.А. Абаев, Т.М. Василькова. – СПб.: Лань. – 2015. – 544 с.

27. Гайсин, Р.С. Особенности формирования цен, спроса, предложения на агропродовольственном рынке России [Текст] / Р.С. Гайсин // В сборнике: Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней III Международная научно-практическая конференция. – 2015. – С. 473-484.

28. Гайсин, Р.С., Ядгаров, Я.С., Сидоров, В.А. Сущность и динамика рыночного хозяйства: форум памяти профессора А.Ф. Сидорова [Текст] / Р.С. Гайсин, Я.С. Ядгаров, В.А. Сидоров // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 2. – С. 272-275.

29. Гатаулин, А.М., Ахметов, Р.Г., Стратонович, Ю.Р. Рыночный анализ аграрного сектора экономики: Учебное пособие к семинарам по рыночному анализу [Текст] / А.М. Гатаулин, Р.Г. Ахметов, Ю.Р. Стратонович – М.: МСХА. – 1999. – 197 с.

30. Голубев, А.В. Импортозамещение и эффективность АПК: Монография [Текст] / А.В. Голубев. М.: Издательство РГАУ- МСХА. – 2016. – 167 с.

31. Голубев, А.В. Импортозамещение на агропродовольственном рынке России: намерения и возможности [Текст] / А.В. Голубев // Вопросы экономики. – 2016. – № 3. – С. 46 – 62.

32. Голубев, А.В. Экономический обмен сельского хозяйства [Текст] / А.В. Голубев // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2016.– № 2. – С. 57-68.

33. Гончаров, В.Д. Маркетинг продовольственных товаров в России [Текст] / В.Д. Гончаров. — М.: Финансы и статистика. – 2015. – 176 с.

34. Государственная программа Московской области «Сельское хозяйство Подмосковья» на 2014-2020 гг. (утверждена постановлением Правительства Московской области 13.08.2013 г. № 602/31).

35. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717; в ред. постановления Правительства Российской Федерации от 19 декабря 2014 г. № 1421).

36. Гранберг, А.Г. Стратегия территориального социально-экономического развития России: от идеи к реализации [Текст] / А.Г. Гранберг // Вопросы экономики. – 2012. – № 9. – С. 50 – 57.

37. Гринберг, Р.С. Перемены в экономическом устройстве мира: российская специфика [Текст] / Р.С. Гринберг // В сборнике: Социально-экономические проблемы современности: поиски междисциплинарных решений сборник научных трудов участников Международной конференции «XXIV Кондратьевские чтения». – 2017. – С. 94-98.

38. Гринберг, Р.С. Проблемы эффективности государственного управления [Текст] / Р.С. Гринберг // В сборнике: Стратегия и тактика реализации социально-экономических реформ: региональный аспект материалы VII научно-практической конференции. Российская академия наук, Федеральное агентство научных организаций, Правительство Вологодской области, Департамент стратегического планирования Вологодской области, Администрация города Вологды, Институт социально-экономического развития территорий РАН. – 2016. – С. 100-103.

39. Гринберг, Р.С. Экономика мира и России: тренды, шансы, риски [Текст] / Р.С. Гринберг // Экономическое возрождение России. – 2017. – № 1 (51). – С. 17-21.

40. Гэлберт, Дж. К. Экономические теории и цели общества [Текст] / Дж. К. Гэлберт – М.: Прогресс (J.K. Galbraith, «Economics and the Public Purpose». 1973). – 2006. – 362 с.
41. Доклад Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации «Продовольственная безопасность в России: мониторинг, тенденции и угрозы». — М.: 2016.
42. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120).
43. Дубровин, И. А. Маркетинговые исследования: учеб. пособие [Текст] / И.А. Дубровин. 2- изд. - М.: «Дашков и К». – 2009. – 276 с.
44. ЕС: поддержка аграрного сектора // Экономика сельского хозяйства России. – 2006. – №5. – С. 40.
45. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник [Текст] / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М. – 2010. – 440 с.
46. Закшевская, Е.В. Функционирование и развитие рынка овощей [Текст] / Е. В. Закшевская, М. Е. Отинова, Е. С. Хвостова; Рос. акад. с.-х. наук, НИИ экономики и орг. агропром. комплекса Центр.-Чернозем. р-на Рос. Федерации. - Воронеж: НИИЭОАПК ЦЧР РФ. – 2009. - 186 с.
47. Зинченко, А.П. Малое предпринимательство в сельском хозяйстве России [Текст] / А.П. Зинченко // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 5. – С. 18-24.
48. Зинченко, А.П. О развитии информационно-методологического обеспечения экономико-статистического анализа аграрного сектора экономики [Текст] / А.П. Зинченко // Вопросы статистики. – 2016. – № 1. – С. 9-12.
49. Зинченко, А.П. Анализ инвестиционной деятельности в сельском хозяйстве России в условиях реализации государственных программ [Текст] / А.П. Зинченко, В.В. Демичев, В.В. Маслакова // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2016. – № 9. – С. 70-83.

50. Иванова, С.В. Эволюция регулирования аграрного рынка в странах ЕС [Текст] / С.В. Иванова / Государственное регулирование сельского хозяйства: концепции, механизмы, эффективность. – М.: ВИАПИ им. А.А. Никонова, «Энциклопедия Российских деревень». – 2015. – С. 529-531.

51. Иволга, А.Г. Основные тенденции в торговле сельскохозяйственной продукцией между странами ЕС и СНГ: эффекты посткризисного развития и влияние вступления России в ВТО [Текст] / А.Г. Иволга, В.Л. Ерохин // Вестник АПК Ставрополя. – 2013. – № 2 (10). – С. 165-170.

52. Капканщиков, С. Г. Государственное регулирование экономики [Текст] / С. Г. Капканщиков – М.: КНОРУС. – 2006. – 352 с.

53. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег [Текст] / Дж.М. Кейнс – М.: Прогресс. – 1978. – 494 с.

54. Кибиров, А.Я. Особенности государственного регулирования агропродовольственного рынка в странах Европейского союза [Текст] / А.Я. Кибиров // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – № 29. – С. 81-84.

55. Кибиров, А.Я. Формирование механизма привлечения долгосрочного капитала в развитие сельских территорий [Текст] / А.Я. Кибиров, О.К. Косенко // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 2. – С. 80-84.

56. Климова, Н.В. Особенности регулирующего воздействия государства на агробизнес в зарубежных странах [Текст] / Н.В. Климова // Научный журнал КубГАУ. – 2013. – №90(06). – С. 34 – 46.

57. Клюкач, В.А. Развитие кооперационных и интеграционных процессов в региональном АПК на основе формирования кластеров [Текст] / В.А. Клюкач, Н.М. Седова // В сборнике: Аграрная политика России в условиях международной и региональной интеграции Труды Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Всероссийского научно-исследовательского института экономики сельского хозяйства. – 2015. – С. 130-141.

58. Коваленко, Н.Я. Экономика сельского хозяйства: учебник для академического бакалавриата [Текст] / Н.Я. Коваленко. – М: Издательство Юрайт. – 2017. – 406 с.

59. Коваленко, Н.Я. Эффективность отдельных мероприятий в сельском хозяйстве [Текст] / Н.Я. Коваленко, Г.А. Петранева, А.Н. Романов // Экономика сельского хозяйства. Реферативный журнал. – 2013. – С. 237-245.

60. Козлов, В.В. Без технологических и институциональных инноваций импортозамещение вряд ли осуществимо [Текст] / В.В. Козлов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016.– № 2. –С. 37-40.

61. Козлов, В.В. Особенности инновационного развития сельского хозяйства: мировой опыт и отечественная практика [Текст] / В.В. Козлов, Н.А. Рубцов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2014. – № 10.–С. 27-29.

62. Коробейников, Д.А. Особенности современного механизма хозяйствования в овощеводстве открытого грунта [Текст] / Д.А. Коробейников, Д.Н. Телитченко // Научное обозрение: теория и практика. – 2016. – № 3. – С. 159-169.

63. Коробейников, Д.А. Направления развития логистической инфраструктуры регионального агропродовольственного рынка [Текст] / Д.А. Коробейников // Вестник Курганской ГСХА. – 2014. – № 2 (10). – С. 13-15.

64. Коробейников, Д.А. Элементы адаптации организационно-экономического механизма овощеводческих предприятий к внешней среде [Текст] / Д.А. Коробейников, Д.Н. Телитченко // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология – 2015. – № 2. – С. 79-87

65. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок [Текст] / Ф. Котлер — М.: Издательство АСТ. – 2009.- 230 с.

66. Коуз, Р. Фирма, рынок и право [Текст] / Р. Коуз // Пер. с англ. М.: Новое издательство. – 2007. — 224 с.

67. Кошелев, В.М. Организация консультационной деятельности в агропромышленном комплексе [Текст] / В.М. Кошелев, Д.С. Алексанов, А.Ф. Корольков, В.В. Маковецкий, В.В. Приемко, М.А. Сухарникова // Учебник и практикум, Москва. – 2016. – 350 с.

68. Кошелев, В.М. Санкции и контрсанкции: некоторые результаты для стран запада и России [Текст] / В.М. Кошелев, В.В. Приёмко // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 12. – С. 17-22.

69. Крылатых, Э.Н. Импортзамещение в контексте гармонизации агропродовольственной сферы России [Текст] / Э.Н. Крылатых, Т.Н. Белова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – № 1. – С. 58-64.

70. Литвинов, С.С. Состояние, проблемы, перспективы и риски развития овощеводства России в условиях санкций [Текст] / С.С. Литвинов, А.Ф. Разин, М.И. Иванова, Р.А. Мерещякова, О.А. Разин // Картофель и овощи. – 2016.– № 2. – С. 25-29.

71. Литвинов, С.С. Рынок лука репчатого: состояние и основные тенденции [Текст] / С.С. Литвинов, А.Ф. Разин, М.В. Шатилов, М.И. Иванова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. –2017. – №1. – С. 58-60.

72. Литвинов, С.С. Ценовой фактор в овощеводстве открытого грунта [Текст] / С.С. Литвинов, А.Ф. Разин, М.В. Шатилов, М.И. Иванова, О.В. Россинская, О.В. Башкиров // Картофель и овощи. – 2016. – № 10. – С. 24-27.

73. Литвинов, С.С. Межрегиональный обмен овощной продукцией – фактор единства экономического пространства [Текст] / С.С. Литвинов, Ю.В. Чутчева, А.Ф. Разин, М.В. Шатилов // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 2. – С. 50-55.

74. Литвинов, С.С. Эффективность отечественного овощеводства [Текст] / С.С. Литвинов, Ю.В. Чутчева, М.В. Шатилов, А.В. Башкиров // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. – № 6. – С. 37-43.

75. Логинов, Д.А. Маркетинг в агропромышленном комплексе [Текст] / Д.А. Логинов, В.А. Клюкач. М. – Издательство «Колос». – 2010. – 483 с.

76. Мазлоев, В.З. Теория экономических механизмов и российская действительность [Текст] / В.З. Мазлоев, А.Б. Кцоев // Экономика сельского хозяйства России. – 2014. – № 1. – С. 33 – 38.

77. Мазлоев, В.З. Оптово-распределительные центры как основа формирования логистической инфраструктуры АПК [Текст] / В.З. Мазлоев, М.Г. Озерова // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 9. – С. 57 – 64.

78. Мазлоев, В.З. Экономический механизм аграрного сектора в условиях членства России в ВТО [Текст] / В.З. Мазлоев, М.Г. Озерова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2015. – № 7. – С. 11 – 16.

79. Мазлоев, В.З. Построение оптимальной системы распределения субсидий в сельском хозяйстве [Текст] / В.З. Мазлоев, А.Б. Кцоев // Экономика сельского хозяйства России. — 2014. — № 2. — С. 35–39.

80. Маршалл А. Принципы экономической науки [Текст] / А. Маршалл-Т.2. - М.: Прогресс. – 2003. – 351с.

81. Материалы журнала «Ежедневное аграрное обозрение». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agroobzor.ru/news/a-4941.html>

82. Материалы официального сайта Федерального центра сельскохозяйственного консультирования и переподготовки кадров агропромышленного комплекса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mcx-consult.ru/>

83. Материалы сайта экономического журнала «Картофель и овощи». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://potatoveg.ru/>

84. Материалы сайта экономического журнала. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/>

85. Миндрин, А.С. Рынок аренды земель сельскохозяйственного назначения [Текст] / А.С. Миндрин // Агропродовольственная политика России. – 2015. – № 9. – С. 27-32.

86. Михайлушкин, П.В. Предпосылки и направления аграрного протекционизма и государственного регулирования сельского хозяйства [Текст] /

П.В. Михайлушкин, А.А. Баранников // Актуальные вопросы современной науки. – 2012. – № 23. – С. 127-133.

87. Михайлушкин, П.В. Совершенствование правил государственного регулирования аграрного сектора экономики России в рамках ВТО [Текст] / П.В. Михайлушкин, А.А. Баранников // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 95 (1). – С. 1-18.

88. Молчан А. Ю. Возникновение и сущность формирования организационно-экономического механизма управления предприятием [Текст] / А. Ю. Молчан // Новое слово в науке: перспективы развития: материалы VII Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 15 янв. 2016 г.). В 2 т. Т. 2 / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс». – 2016. — № 1 (7). — С. 267–268.

89. Назаренко, В.И. Аграрная политика Европейского Союза [Текст] / В.И. Назаренко // Институт Европы РАН. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн». – 2014. – 362с.

90. Национальный доклад о «О ходе и результатах реализации в 2014 году государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.» (утверждено распоряжением Правительства Российской Федерации от 06.05.2015 г. № 803-р).

91. Нечаев, В.И. Приоритетные направления инновационного развития АПК современной России: методологические подходы [Текст] / В.И. Нечаев, И.С. Санду, Н.Е. Рыженкова.- М.: «Научный консультант». – 2017. –140с.

92. Нечаев, В.И. Государственная поддержка сельскохозяйственного производства России: вопросы теории и практики [Текст] / В.И. Нечаев, П.В. Михайлушкин, Т.Н. Слепнева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 12. – С. 6-10.

93. Нечаев, В.И. Долгосрочные вызовы развитию рынка «фуднэт» в России и проблемы устойчивого роста аграрной сферы [Текст] / В.И. Нечаев,

П.В. Михайлушкин, Т.Н. Слепнева // АПК: Экономика, управление. – 2016. – № 10. – С. 60-66.

94. Нечаев, В.И. Организация инвестиционной деятельности в АПК [Текст] / В.И. Нечаев, И.С. Санду, А.Я. Кибиров, А.Р. Кулов, Г.М. Демишкевич, А.С. Трошин, Л.А. Семина // Издательство «Лань»: Санкт-Петербург. – 2016. – 296 с.

95. Нечитайлов, А.С., Ткач А.В. Потребительская кооперация в инфраструктуре продовольственного рынка [Текст] / А.С. Нечитайлов, А.В. Ткач // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 8.–С. 61 – 66.

96. Нуралиев, С.У. Регулирование рынка продовольственных товаров и внешнеторговой деятельности. Монография [Текст] / С.У. Нуралиев – Астрахань. – 2004 г. – 210 с.

97. Орешин, В.П. Региональная экономика и управление [Текст] / В.П. Орешин, Г.Г. Фетисов. М.: ИНФРА-М. – 2006. — 416 с.

98. Орловская, С.К. Современные формы сельской кооперации и интеграции и необходимость их финансовой и организационной поддержки [Текст] / С.К. Орловская // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2016. – Т. 197. – С. 285-290.

99. Осипова, А.В. Роль агрохолдингов в реализации инвестиционных программ развития сельского хозяйства региона [Текст] / А.В. Осипова // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – Т. 11. № 10. – С. 55-60.

100. Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcx.ru/>

101. Официальный сайт Агрокомбината «Московский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agroinvest.ru/>.

102. Официальный сайт Агрохолдинга «Дмитровские овощи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agro-holding.ru/>.

103. Официальный сайт ГК «Малино» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.malino.ru/>.

104. Официальный сайт Консультант-Плюс [Электронный ресурс]. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ: по состоянию на 23 июля 2013 г.–Режим доступа: <http://consultant.ru/>

105. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Московской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msko.gks.ru/>

106. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gks.ru/>

107. Папцов, А.Г. Некоторые теоретические вопросы определения роли государства в аграрном секторе развитых стран [Текст] / А.Г. Папцов // В сборнике: Развитие АПК России: тенденции и перспективы материалы конференции в рамках III Московского экономического форума. – 2016. – С. 168-177.

108. Папцов, А.Г. Прямая поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей в ЕС: методика оценки и совершенствование направлений. Коллективная монография [Текст] / А.Г. Папцов, И.С. Санду, Н.Е. Рыженкова, Г.А. Полунин, В.И. Нечаев. Москва. – 2016. – С. 234-245.

109. Папцов, А.Г. Финансово-экономическая устойчивость АПК в условиях импортозамещения: российские реалии и опыт ЕС [Текст] / А.Г. Папцов, В.В. Маслова // АПК: Экономика, управление. – 2016. – № 1. – С. 81-89.

110. Петриков, А.В. Динамика и сравнительная эффективность сельскохозяйственных организаций России различных организационно-правовых форм [Текст] / А.В. Петриков, Е.А. Гатаулина, В.А. Сарайкин // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – № 6. – С. 9-15.

111. Полевой, Д.И. Развитие рынка овощной продукции (на материалах Московской области) [Текст] / Д.И. Полевой // Диссертация на соискание ученой

степени кандидата экономических наук. Московский государственный агроинженерный университет имени В.П. Горячкина. Москва. – 2013. – 164 с.

112. Правила предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию объектов агропромышленного комплекса (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 24.06.2015 г. № 624).

113. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 02.08.2010 № 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания».

114. Разин, А.Ф. Современное состояние овощеводства России [Текст] / А.Ф. Разин, М.И. Иванова, Р.А. Мерещякова, О.А. Разин // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. – № 7. – С. 49-54.

115. Родионова, О.А. Размер и эффективность субъектов аграрного предпринимательства в регионе [Текст] / О.А. Родионова // В сборнике: Развитие агропродовольственного комплекса: экономика, моделирование и информационное обеспечение Сборник научных трудов. Воронеж. – 2016. – С. 34-37.

116. Родионова, О.А. Потребление, накопление и инвестиции в аграрном секторе [Текст] / О.А. Родионова, Н.А. Борхунов // АПК: Экономика, управление. – 2016. – № 10. – С. 43-49.

117. Родионова, О.А., Борхунов Н.А. Развитие сельского хозяйства - состояние и перспективы [Текст] / О.А. Родионова, Н.А. Борхунов // В сборнике: Развитие АПК России: тенденции и перспективы материалы конференции в рамках III Московского экономического форума. – 2016. – С. 194-201.

118. Розанова, Т.П. Развитие инфраструктуры продовольственного рынка [Текст] / Т.П. Розанова и др. М.: ГНО «Прометей», 2015. – 160 с.

119. Романенко, И.А. Методика разработки стратегических направлений размещения растениеводства [Текст] / И.А. Романенко, С.О. Сиптиц, Н.Е.

Евдокимова, Р.А. Рыбакова, О.Д. Егорова // Научные труды ВИАПИ им. А.А.Никонова, Вып. 45 / Москва. – 2016. – 205 с.

120. Романенко, Ю.Д. Пути государственного регулирования аграрного сектора Российской Федерации в условиях ВТО [Текст] / Ю.Д. Романенко // Международный технико-экономический журнал. – 2014. – №3. – С. 59-62.

121. Романенко, Ю.Д. Бюджетная поддержка аграрного сектора Российской Федерации в условиях ВТО [Текст] / Ю.Д. Романенко // Международный технико-экономический журнал. – 2015. – №1. – С. 11-17.

122. Романенко, Ю.Д. Детерминанты государственного регулирования аграрной сферы экономики [Текст] / Ю.Д. Романенко, Ю.В. Чутчева // Международный научный журнал. – 2015. – №6. – С. 15-19.

123. Романенко, Ю.Д. Совершенствование механизма системы сбыта сельхозпродукции [Текст] / Ю.Д. Романенко // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2016. – №2. – С. 82-94.

124. Романенко, Ю.Д. Влияние организационно-экономических факторов на развитие рынка овощной продукции Московской области [Текст] / Ю.Д. Романенко, Ю.В. Чутчева // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2017. – №3. – С. 159-177.

125. Романенко Ю.Д. Оценка эффективности проекта оптово-распределительного центра с паритетным участием малых форм хозяйствования [Текст] / Ю.Д. Романенко // Международный технико-экономический журнал. – 2017. – №3. – С. 58-62.

126. Романенко, Ю.Д. Совершенствование организационно-экономического механизма взаимодействия субъектов рынка овощной продукции (на материалах Московской области) [Текст] / Ю.Д. Романенко // Монография – М.: ООО «Мегаполис». – 2017. – 208 с.

127. Романенко, Ю.Д. Пути государственного регулирования аграрного сектора РФ в условиях ВТО [Текст] / Ю.Д. Романенко // Актуальные проблемы развития науки и образования. Сборник научных трудов по материалам

Международной научно-практической конференции 5 мая 2014 г. В 7 частях. Часть III. – М.: «АР-Консалт». – 2014.– С. 95-98.

128. Романенко, Ю.Д. Теоретические основы государственного регулирования аграрной сферы экономики [Текст] / Ю.Д. Романенко // Международная научная конференция молодых ученых и специалистов, посвященная 150-летию РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева (Москва, 2-3 июня 2015 г.): Сборник статей. М.: Изд-во РГАУ-МСХА. – 2015. –С. 610-613.

129. Романенко, Ю.Д. Перспективы взаимодействия участников аграрного рынка Московской области [Текст] / Ю.Д. Романенко // Сборник научных трудов молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов экономического факультета/под ред. д.э.н., проф. В.Т. Водяникова. М: ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. –Вып.7 – 2016. – С. 9-13.

130. Романенко, Ю.Д. Совершенствование организационно-экономических механизмов взаимодействия субъектов рынка овощной продукции [Текст]/ Ю.Д. Романенко // Международная научная конференция молодых ученых и специалистов «Наука молодых-агропромышленному комплексу», г. Москва, 1-3 июня 2016 г.: Сборник статей. / М.: Изд-во РГАУ-МСХА. – 2016. – С. 333-337.

131. Романенко, Ю.Д. Снижение рисков потери продукции рынка овощей путем совершенствования механизма системы сбыта продукции [Текст] / Ю.Д. Романенко// Сетевой научно-практический журнал о современном управлении в агропромышленном комплексе «Управление рисками в АПК». –2016. – №4 – С. 71 – 82. URL: <http://www.agrorisk.ru/romanenko>. ISSN 2413-6573.

132. Романенко Ю.Д. Оценка эффективности проекта распределительного центра, как организационно-экономического механизма взаимодействия участников рынка овощной продукции [Текст] / Ю.Д. Романенко // Сборник статей участников научных конференций и круглых столов ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» в рамках XII недели науки молодежи Северо-

восточного административного округа города Москвы 24 – 30 апреля 2017 г. – 2017. – С. 113-117.

133. Романов, А.Е. Современные рыночные модели хозяйственного механизма АПК России [Текст] / А.Е. Романов, В.П. Арашуков, В.И. Арефьев В.И. М.: НИПКЦ Восход А. – 2015. – 160 с.

134. Российская экономическая модель-6: сценарии будущего: Коллективная монография [Текст] / А.И. Трубилин, В.И. Гайдук. – Краснодар: Просвещение-Юг. – 2016. – 498 с.

135. Рубцов, Б.Б. Современные тенденции развития и антикризисного регулирования финансово-экономической системы [Текст] / Б.Б. Рубцов, П.С. Селезнев - М.: ИНФРА-М. – 2015. – С. 22 - 35.

136. Рудой, Е.В. Обеспечение продовольственной безопасности регионов СФО в условиях членства России в ВТО [Текст] / Е.В. Рудой, Е.В. Афанасьев, Н.В. Григорьев // Никоновские чтения. – 2013. – № 18. – С. 228-230.

137. Рыкова, И. Н. Проблемы и перспективы развития в России оптово-распределительных центров для сбыта сельскохозяйственной продукции [Текст] / И.Н. Рыкова, М.А. Смирнов // Журнал «Финансовая аналитика: проблемы и решения». – 2014 г. – 34(220). – С. 2-10.

138. Самуэльсон, П. Экономика: в 2 т.: пер. с англ. [Текст] / П. Самуэльсон. М.: НПО Алгон ВНИИСИ. – 1997. – 520 с.

139. Санду, И.С. Формирование инновационной инфраструктуры в аграрном секторе [Текст] / И.С. Санду, А.В. Боговиз, Н.Е. Рыженкова, Ю.В. Рагулина // АПК: Экономика, управление. – 2017 – № 1. – С. 35-41.

140. Санду, И.С. Формирование конкурентных преимуществ российских предприятий в условиях экономической нестабильности. Коллективная монография [Текст] / И.С. Санду, М.Я. Веселовский, А.В. Федотов, В.Я. Вилисов и др. // Под редакцией М.Я. Веселовского, И.В. Кировой. Москва. – 2017. – 320 с.

141. Санду, И.С. Методические аспекты оценки инновационно-инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов [Текст] / И.С.

Санду, М.В. Косолапова, В.А. Свободин // Прикладные экономические исследования. – 2016. – № 1. – С. 4-8.

142. Санду, И.С. Методическое обеспечение проведения научных исследований экономических проблем развития АПК России. Коллективная монография [Текст] / И.С. Санду, Н.Е. Рыженкова, Г.А. Полунин, В.И. Нечаев, А.Г. Папцов. Москва. – 2016. – 260 с.

143. Светлов, Н.М. Альтернативные равновесия на аграрных рынках [Текст] / Н.М. Светлов // Журнал экономической теории. – 2016. – № 3. – С. 188-202.

144. Семин, А.Н. Оценка возможных последствий вступления России в ВТО для отечественных аграриев: взгляд из региона [Текст] / А.Н. Семин // АПК: Регионы России. – 2015. – № 5 – С. 9-13.

145. Сергеева, И.А. Угрозы продовольственной безопасности России [Текст] / И.А. Сергеева, А.Ю. Сергеев // Продовольственная политика и безопасность. — 2014. — Том 1. — № 1. — С. 13-24.

146. Сергеева, Н.В. Роль диверсификации в процессе импортозамещения [Текст] / Н.В. Сергеева // Международный научный журнал. – 2015. – № 6. – С. 44-48.

147. Серков, А.Ф. Современный агропромышленный комплекс России: тенденции и перспективы [Текст] / А.Ф. Серков // В сборнике: Развитие АПК России: тенденции и перспективы материалы конференции в рамках III Московского экономического форума. – 2016. – С. 213-219.

148. Серков, А.Ф. Методология оценки эффективности государственного регулирования сельского хозяйства требует совершенствования [Текст] / А.Ф. Серков, А.А. Копасов, В.С. Чекалин // АПК: Экономика, управление. – 2015. – № 1. – С. 17-24.

149. Силко, Е.А. Роль неправительственных организаций и союзов в развитии маркетинга органической продукции [Текст] / Е.А. Силко, Н.М. Седова, А.Н. Ставцев, Д.С. Натаров // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 7. – С. 86-93.

150. Силко, Е.А. Производство и реализация органических овощей и фруктов в зарубежных странах [Текст] / Е.А. Силко, Ж.Е. Соколова, В.В. Таран, Х.Н. Гасанова // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. – № 2. – С. 82-93.

151. Силко, Е.А. Тенденции развития рынка плодоовощной продукции [Текст] / Е.А. Силко, С.М. Рыжкова, Х.Н. Гасанова, В.М. Кручинина // АПК: Экономика, управление. – 2015. – № 9. – С. 50-59.

152. Силко, Е.А. Овощеводство защищенного грунта в России: тенденции и основные направления развития [Текст] / Е.А. Силко, Н.А. Пролыгина, А.С. Ланкин, В.Р. Гумеров // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 10. – С. 33-39.

153. Силко, Е.А. Оптимизация товародвижения овощной продукции [Текст] / Е.А. Силко, В.Р. Гумеров // Экономика сельского хозяйства России. – 2014. – № 5. – С. 64-70.

154. Силко, Е.А. Динамика производства и потребления овощной продукции в России [Текст] / Е.А. Силко, В.Р. Гумеров, А.Н. Карпов, Д.С. Тарасенко // Экономика сельского хозяйства России. – 2014. – № 9. – С. 44-51.

155. Силко, Е.А. Развитие рынка овощной продукции (на материалах Волгоградской области) [Текст] / Е.А. Силко // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства. Москва. – 2012. – 196 с.

156. Скидельски, Р. Джон Мейнард Кейнс. 1883-1946. Экономист, философ, государственный деятель. В 2-х книгах (John Maynard Keynes 1883 - 1946. Economist, Philosopher, Statesman.- Macmillan) [Текст] / Р. Скидельски // Пер. с англ. Демида Васильева. — М.: Московская школа политических исследований, 2015. — Т. 1. — 784 с.

157. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. — М.: Эксмо. – 2007. – 360 с.

158. Суслов, А.И. Теоретические и практические аспекты товародвижения на агропродовольственном рынке (зарубежная и отечественная практика). Коллективная монография [Текст] / А.И. Суслов, И.Г. Ушачев, Н.Д. Аварский, А.Г. Папцов, Т.Г. Бондаренко, В.А. Клюкач и др. Москва. – 2014. – 385 с.

159. Таранов, П.М. Методика обоснования мер защиты продовольственного рынка в условиях членства России в ВТО [Текст] / П.М. Таранов, А.С. Панасюк // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № 12 (60). – С. 71 – 83.

160. Тарасов, В.И. Риски и угрозы конкурентоспособности российского продовольствия на отечественном и зарубежных рынках [Текст] / В.И. Тарасов // В сборнике: Развитие АПК России: тенденции и перспективы материалы конференции в рамках III Московского экономического форума. – 2016. – С. 247-258.

161. Тарасов, В.И. Текущее состояние экономического кризиса и его последствия для российского АПК [Текст] / В.И. Тарасов, Г.И. Андреев, А.Ю. Осинина, Ю.А. Чиканова // В сборнике: Перспективы развития экономики и менеджмента сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Инновационный центр развития образования и науки. – 2016. – С. 165-176.

162. Телегина, Ж.А. Методические аспекты освоения инвестиций в сельском хозяйстве в условиях импортозамещения [Текст] / Ж.А. Телегина // Международный технико-экономический журнал. – 2016. – № 6. – С. 7-12.

163. Тенденции развития и механизмы взаимодействия крупного и малого бизнеса в агропромышленном комплексе // Научные труды Всероссийского ин-та аграрных проблем и информатики; Вып. 24. – Москва: ВИАПИ им. А.А. Никонова; ЭРД. – 2016. – 218 с.

164. Толкушкин, А.В. Энциклопедия российского и международного налогообложения [Текст] / А.В. Толкушкин — М.: Юристъ. – 2015. – 360 с.

165. Узун, В.Я. Российская политика поддержки сельского хозяйства и необходимость ее корректировки после вступления в ВТО [Текст] / В.Я. Узун // Вопросы экономики. – 2012. – № 10. – С. 132-148.

166. Узун, В.Я. Станет ли Россия нетто-экспортером продовольствия? [Текст] / В.Я. Узун, Д.В. Логинова // Экономическое развитие России. – 2017. – Т. 24. № 1.– С. 21-24.

167. Ушачев, И.Г. Импортозамещение в агропромышленном комплексе России: тенденции, проблемы, пути развития [Текст] / И.Г. Ушачев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 1.– С. 2-10.

168. Ушачев, И.Г. Научные проблемы импортозамещения и формирования экспортного потенциала продукции агропромышленного комплекса России [Текст] / И.Г. Ушачев // АПК: Экономика, управление. – 2016.– № 1. – С. 4-22.

169. Ушачев, И.Г. Перспективы развития АПК России в условиях глобальной и региональной интеграции [Текст] / И.Г. Ушачев // АПК: Экономика, управление. – 2014.– № 1.– С. 3 – 15.

170. Ушачев, И.Г. Современные тенденции и взгляд в будущее развития АПК России [Текст] / И.Г. Ушачев, А.Ф. Серков, В.В. Маслова, В.С. Чекалин // АПК: Экономика, управление – 2017. – № 3. – С. 4-14.

171. Ушачев, И.Г. Росту и развитию агропромышленного производства необходим комплексный подход [Текст] / И.Г. Ушачев, А.Ф. Серков, В.В. Маслова, В.С. Чекалин // АПК: Экономика, управление. – 2016. – № 4. – С. 1-15.

172. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ [Текст] / Пер. с англ. Дж.-О.Ким, Ч.У. Мьюллер, У.Р. Клекка и др. Под ред. И.С. Енюкова.-М.: Финансы и статистика. – 2015.- 215 с.:ил.

173. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р.А. Фатхутдинов - М.: ИНФРА-М. – 2000. – 155 с.

174. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг. 2-е издание, переработанное и дополненное [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. — СПб.: Питер, 2002. — 448 с.

175. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» № 264-ФЗ от 29.12.2006 г. (ред. от 12.02.2015 г.)

176. Фролова, О.А. Интеграция – путь эффективности сельскохозяйственных организаций [Текст] / О.А. Фролова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – № 6. – С. 32-33.

177. Хоружий, Л.И. Аудит поступления внеоборотных активов в организациях потребительской кооперации [Текст] / Л.И. Хоружий, О.В. Дедова, Ю.Н. Катков, Е.В. Волкова // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2016. – № 8. – С. 39-51.

178. Хоружий, Л.И. Инновационный проект как инструмент обеспечения эффективного частно-государственного партнерства в АПК [Текст] / Л.И. Хоружий, Ж.А. Телегина // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2015. – № 10. – С. 51-55.

179. Худякова, Е.В. Проблемы развития системы сельскохозяйственных потребительских кооперативов в Российской Федерации [Текст] / Е.В. Худякова // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». – 2011. - № 6. – С. 7-11.

180. Худякова, Е.В., Крылов В.С. Использование методологии системного подхода в исследовании кооперации и интеграции в овощепродуктовом подкомплексе [Текст] / Е.В. Худякова, В.С. Крылов // Международный научный журнал. – 2016. – № 4. – С. 22-29.

181. Чаленко, А.Ю. О неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях [Электронный ресурс] / А.Ю. Чаленко // Капитал страны. – 2010. – Режим доступа: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/176697>.

182. Черненко, О.Б. Неиндустриализация российской экономики: условия, этапы и приоритеты реализации [Текст] / О.Б. Черненко, Н.А. Черненко,

А.Л. Черненко, А.В. Нор // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 400. – С. 261-265.

183. Черняев, А. Логистические центры в региональном плодоовощном подкомплексе [Текст] / А. Черняев, Л. Белокопытова, Н. Сучкова // АПК: экономика, управление. – 2016. – № 5. – С.17-26.

184. Чутчева, Ю.В. К вопросу об импортозамещении в сельском хозяйстве [Текст] / Ю.В. Чутчева, Ш.Д. Асадова // Международный научный журнал. – 2016. – № 4. – С. 39-46.

185. Чутчева, Ю.В. Продовольственная безопасность российской федерации в условиях введенных экономических санкций [Текст] / Ю.В. Чутчева, Ш.Д. Асадова // Международный технико-экономический журнал. – 2016. – № 4. – С. 13-16.

186. Чутчева, Ю.В. Рынок органической продукции в России: современное состояние и перспективы развития [Текст] / Ю.В. Чутчева, О.С. Нефедова // Управление рисками в АПК. – 2016. – № 1. – С. 19-28.

187. Чутчева, Ю.В. Обоснование размещения распределительных центров овощеводческой продукции с использованием логистических подходов на примере Московской области [Текст] / Ю.В. Чутчева, Д.И. Полевой // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». – 2013. – № 2. – С.54-56

188. Чутчева, Ю.В. Актуальность производства продукции овощеводства в решении вопросов продовольственной безопасности на материалах Московской области [Текст] / Ю.В. Чутчева, М.М. Сеидов, О.Ш. Тогоев // Международный технико-экономический журнал. – 2015. - №5. – С.5-8.

189. Шевченко, Т. В. Развитие структуры сбыта сельскохозяйственной продукции [Текст] / Т.В. Шевченко // Экономика, управление, финансы: материалы V междунар. науч. конф. (г. Краснодар, август 2015 г.). — Краснодар: Новация. – 2015. — С. 34-38.

190. Шеламова, Н.А. Устойчивое развитие сельских территорий в ЕС. [Текст] / Н.А. Шеламова // В сборнике: Региональные проблемы устойчивого развития сельской местности. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. – 2016.– С. 108-111.

191. Штульберг, Б.М. Региональная политика России: теоретические основы, задачи и методы реализации [Текст] / Б.М. Штульберг. – М.: ГЕЛИОС АРВ. – 2013. – 166 с.

192. Шутьков, А.А. Структурные преобразования в аграрном секторе экономики, этапы и результаты: проблемы модернизации и импортозамещения [Текст] / А.А. Шутьков // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2017. – Т. 8. № 1 (29). – С. 31-38.

193. Шутьков, А.А. Экономическая безопасность: проблемы продовольственного обеспечения населения России [Текст] / А.А. Шутьков, А.Б. Ярлыкапов // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2016. – № 9.– С. 4-11.

194. Avarskiy, N.D. Role of wholesale market in ensuring russian food safety under conditions of innovative economy / N.D. Avarskiy, M.Y. Veselovsky, S.U. Nuraliev, A.V. Fedotov, I.S. Sandu// Journal of Applied Economic Sciences. – 2015. – Т. 10. – № 3. – С. 417-425.

195. Online monitoring of Russia's economic outlook Zubarevich N., Kaukin A., Mamedov A., Pavlov P., Uzun V., Khromov M., Shagaida N.I. TRENDS AND CHALLENGES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT № 3(21) February 2016 / Moscow, 2016. № 3(21).

196. The Eurasian wheat belt and food security: global and regional aspects. Keyzer M.A., Merbis M.D., Halsema A.M., Heyets V., Chaian P., Goez y Paloma S., Mary S., Langrell S., Lerman Z., Sedik D., Meyers W., Shagaida N., Uzun V.Ya., Saraykin V., Yanbykh R., Pugachov V., Schroeder K., Petrick M., Oshakbaev D., Wandel Ju. et al. IPTS JRC, Seville, European Union. Berlin, 2017.

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Валовые сборы и урожайность основных сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий, в целом по России

	2016г.	В % к		Справочно	
		2015г.	2011-2015гг. (в среднем за год) <sup>1)</sup>	2015г.	2011-2015гг. (в среднем за год) <sup>1)</sup>
<b>Зерно (в весе после доработки)</b>					
валовой сбор, млн.т	119,1	113,7	126,6	104,8	93,0
урожайность, ц /га	26,0	109,7	117,6	23,7	22,1
<b>Сахарная свекла</b>					
валовой сбор, млн.т	48,3	123,8	118,1	39,0	40,9
урожайность, ц /га	460	118,6	115,0	388	400
<b>Подсолнечник (в весе после доработки)</b>					
валовой сбор, млн.т	10,7	115,2	119,9	9,3	8,8
урожайность, ц/га	15,1	106,3	113,5	14,2	13,3
<b>Льноволокно</b>					
валовой сбор, тыс.т	41	91,2	97,7	45	42
урожайность, ц /га	9,4	103,3	104,4	9,1	9,0
<b>Картофель</b>					
валовой сбор, млн.т	31,0	92,2	98,1	33,6	31,4
урожайность, ц /га	153	96,0	103,7	159	147
<b>Овощи</b>					
валовой сбор, млн.т	16,3	100,9	106,2	16,1	15,0
урожайность, ц /га	227	100,8	105,4	225	215

*1) В целях обеспечения статистической сопоставимости данных показатели по Российской Федерации рассчитаны без учета сведений по Республике Крым и г. Севастополю.*

Источник: данные Росстата

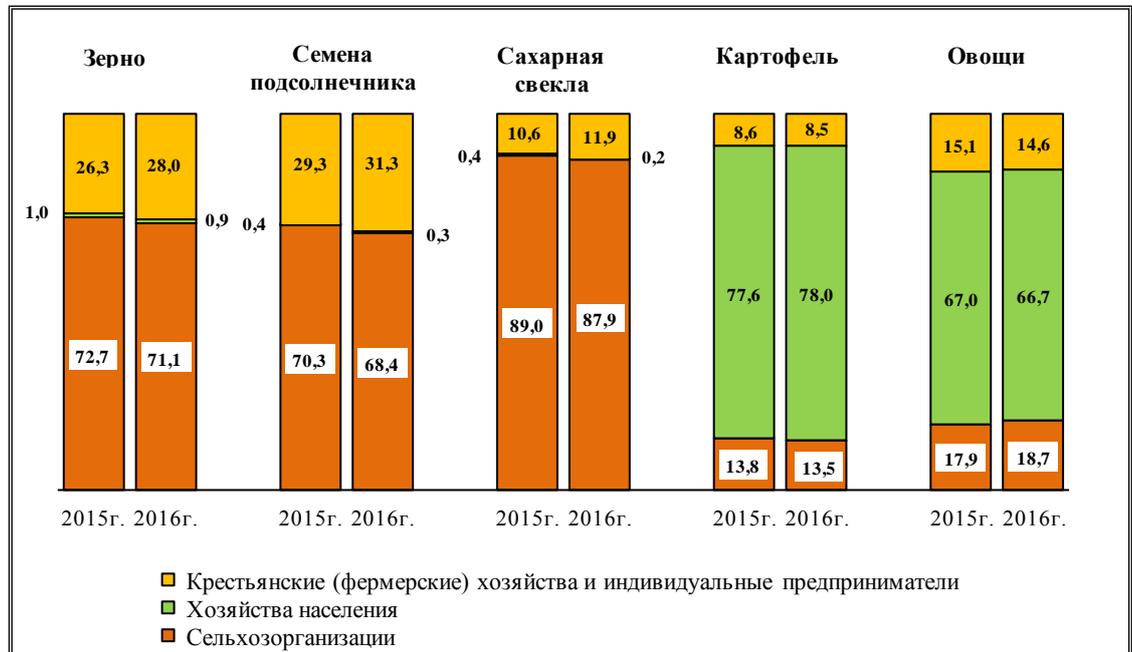
Динамика посевных площадей, урожайности и валового сбора овощей в Российской Федерации в различных категориях хозяйств за период 2008-2015 гг.

Показатели	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Прирост (2015г. в % к 2008г.)	Прирост (2015г. в % к 2014г.)
<b>Хозяйства всех категорий</b>										
Валовый сбор, тыс. т	610.2	614.7	493	648.5	587.5	520.6	526.8	604	-1	14.7
Посевная площадь, тыс.га	67.8	69.1	71.2	72.2	68.9	63.8	62.5	64.3	-5.2	2.9
Урожайность, ц/га	285.9	296.8	237.4	295.4	308.3	281.6	274.4	300.3	5	9.4
<b>Сельскохозяйственные организации</b>										
Валовой сбор, тыс.т	340.4	349.6	254.3	373.9	283.1	201.7	229.7	303.9	-10.7	32.3
Посевная площадь, тыс.га	21.4	22.1	23.5	23.7	22.6	17.3	17.3	18.9	-11.7	9.3
Урожайность, ц/га	460.5	509	371.8	483.5	460.8	428.7	405	479.7	4.2	18.4
<b>Хозяйства населения</b>										
Валовой сбор, тыс. т	248.4	242.4	224	244.2	288.6	301.7	279.2	272.9	9.9	-2.3
Посевная площадь, тыс.га	43.8	43.9	44.3	44.6	42.5	43.6	42.4	42.2	-3.7	-0.5
Урожайность, ц/га	210.3	209.6	211.3	215.7	213.6	215.3	214.5	216.8	3.1	1.1
<b>Крестьянские (фермерские) хозяйства</b>										
Валовой сбор, тыс.т	21.4	22.7	14.7	30.4	15.8	17.2	17.9	27.2	27.1	52
Посевная площадь, тыс.га	2.6	3.1	3.4	3.9	3.8	2.9	2.8	3.2	23.1	14.3
Урожайность, ц/га	240.2	241.5	241.8	242.5	243.2	243.7	243.6	244.2	1.8	0.2

Источник: составлено автором на основе данных Росстата

## Приложение В

Структура производства основных продуктов растениеводства по категориям хозяйств, в % к общему объему производства в хозяйствах всех категорий



Источник: данные Росстата

## Прогноз численности населения Московской области до 2031 г.

Годы	Все население, человек	в том числе		В общей численности населения, в процентах	
		городское	сельское	городское	сельское
2017	7420790	6061483	1359307	81,7	18,3
2018	7510951	6139618	1371333	81,7	18,3
2019	7598231	6216010	1382221	81,8	18,2
2020	7678472	6287070	1391402	81,9	18,1
2021	7753391	6354250	1399141	82,0	18,0
2022	7824697	6418067	1406630	82,0	18,0
2023	7892130	6478266	1413864	82,1	17,9
2024	7955704	6534841	1420863	82,1	17,9
2025	8015464	6587784	1427680	82,2	17,8
2026	8071896	6637518	1434378	82,2	17,8
2027	8124901	6683975	1440926	82,3	17,7
2028	8174948	6727526	1447422	82,3	17,7
2029	8222444	6768534	1453910	82,3	17,7
2030	8267708	6807273	1460435	82,3	17,7
2031	8310808	6843834	1466974	82,3	17,7

*Источник: данные Мосстата*

Бально-рейтинговый опрос, разработанный для изучения причин, сдерживающих закупку субъектов у отечественных производителей, в том числе малых форм хозяйствования.

Оценка выставляется по шкале от 1 до 10, где 1-2 – фактор, совершенно не влияющий на выбор поставщика; 3-4 – фактор, не влияющий на поставщика при прочих равных обстоятельствах; 5-6 – фактор, имеющий минимальное влияние на выбор поставщика либо имеющий влияние в определенных условиях (напр. сезонность продукции, единовременная закупка для проведения мероприятия и т.д.); 7-8 – фактор, имеющий достаточно большое влияние; 9-10 – фактор, в большей степени влияющий на выбор поставщика, в любых условиях.

Для удобства оценки каждому фактору присваивается лишь одно значение по шкале от 1 до 10.

Далее, по результатам оценки баллов, определяется рейтинг.

#### Анкета опроса субъектов рынка овощной продукции

№ п/п	Фактор	Балл
1	Продукция, качество и безопасность которой подтверждается установленной документацией	
2	Продукция без подтверждения качества и безопасности	
3	Стабильность объемов поставок	
4	Репутация производителя/поставщика на рынке овощной продукции	
5	Транспортные расходы на доставку продукции	
6	Продукция, отсортированная и упакованная	
7	Продукция отечественного товаропроизводителя	
8	Продукция импортного производства	
9	Закупочная цена	
10	Заинтересованность покупателей в продукции отечественного производства/Заинтересованность в ассортименте продукции (для конечных потребителей)	

Составлено автором

## Данные для проведения кластерного анализа районов Московской области, 2014 г.

Наименование района	Номер района по порядку	Посевная площадь овощей, га	Посевная площадь картофеля, га	Валовый сбор овощей, центнер с гектара	Валовый сбор картофеля, центнер с гектара	Объем производства продукции растениеводства, тыс. руб.	Наличие с/х техники, на конец года, шт	Урожайность/овощи (в расчете на убранную площадь). центнер с гектара убранной площади	Урожайность/картофель (в расчете на убранную площадь). центнер с гектара убранной площади
Волоколамский	1	721,61	1425,49	104074,17	218123,02	1195786	98	212,1	153
Воскресенский	2	818,69	1130,08	126492,41	209272,59	1149631	79	223,4	185,2
Дмитровский	3	5697,6	5881,16	1336913,91	1369210,6	3998500	309	352,2	233,1
Егорьевский	4	529,5	828,69	67072,63	115730,09	662086	67	190,7	141,1
Зарайский	5	210,46	908,91	32778,14	131757,32	891527	159	222,1	145
Истринский	6	669,77	1238,59	104510,18	189001,64	1632655	99	222,4	152,6
Каширский	7	372,83	1175,67	57951,56	194893,47	711766	36	254,4	165,8
Клинский	8	571,91	1288,99	88197,54	213792,09	1022299	160	231	165,9
Коломенский	9	1134,89	3268,39	297739,97	739136,15	1661535	198	362,9	226,1
Красногорский	10	159,84	118,77	24895,87	18158,78	208330	0	222,1	152,9
Ленинский	11	410,58	179,3	146566,91	34517,18	614300	88	513,2	192,5
Лотошинский	12	99,94	668,74	15539,81	103438,9	449284	141	221,7	154,7

## Продолжение Приложения Е

Луховицкий	13	962,3	1689,7	162235,13	325346,93	1548546	158	246,7	192,6
Люберецкий	14	39,85	31,38	6205,71	4797,86	165514	0	222,1	152,9
Можайский	15	851,12	1122,69	131856,7	171376,87	1279171	173	221,1	152,7
Мытищинский	16	242,99	309,2	37843,99	47272,97	413329	18	222,1	152,9
Наро-Фоминский	17	199,66	747,83	31098,52	114339,35	828166	115	222,1	152,9
Ногинский	18	476,1	740,87	74082,87	112849,79	1149700	46	222	152,8
Одинцовский	19	459,22	486,25	91744,7	74292,68	1073218	194	222,1	152,8
Орехово-Зуевский	20	789,73	1372,53	148809,11	213272,01	1467423	61	222,1	155,4
Озерский	21	1062,99	1805	360925,61	397489,52	1333897	154	513,2	220,2
Павлово-Посадский	22	381,9	553,81	60171,77	89582,98	571163	0	224,3	161,8
Подольский	23	568,03	66,98	87541,07	10229,69	448259	52	187,3	152,7
Пушкинский	24	432,95	580,15	67625,3	93639,14	797033	48	222,5	161,4
Раменский	25	1837,42	2667,06	291114,67	402570,97	2816548	157	212,7	150,9
Рузский	26	372,67	984,83	54541,11	150931,05	906537	148	209	154,8
Серебряно-Прудский	27	220,05	880,97	34337,59	118151,42	848269	78	219,4	134,1
Сергиево-Посадский	28	960,56	2026,02	149179,47	304464,65	1864113	281	222,1	150,3

## Продолжение Приложения Е

Серпуховский	29	735,84	872,19	154254,9	146375,05	825250	80	286,3	168,6
Солнечногорский	30	766,98	1066,03	119435,21	162950,34	1200345	31	222,1	152,9
Ступинский	31	1044,75	1558,4	245221,17	300533,18	1722099	257	351,9	196,6
Талдомский	32	528,77	835,58	74061,42	140258,3	869175	53	209,1	167,9
Чеховский	33	505,89	787,65	78719,77	120213,18	874086	93	222	152,6
Шатурский	34	262,51	768,65	41673,5	138458,35	614454	68	224,8	180,1
Шаховской	35	185,53	650,53	28805,26	99017,93	481864	52	221,3	152,2
Щёлковский	36	520,41	660,44	81060,34	100976,95	889901	55	222,1	152,9

## Объемы валового сбора овощей и картофеля районов Московской области за период 2006-2016 гг.

Наименование района/овощи+картофель (т.)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ленинский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	7890.55	7620.36	7500.6	8880	7303.56	10020.3	5185.36	5158.77	4871.85	5031.3	5282.865
ИТОГО (все хозяйства) max	55230.85	49580.12	48690.77	50978.94	42845.6	50729.75	18879.3	10829.36	18108.42	18573.15	19501.81
Ступинский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	25060.43	24930.2	23560.9	23386.3	18952.03	25910.7	28951.02	26900.5	25748.6	25700.8	26985.84
ИТОГО (все хозяйства) max	59563.45	61280.64	57520.89	59380.39	43745.11	61687.11	56511.42	43683.77	54575.44	57771.3	60659.87
Раменский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	45630.59	45312.5	38520.74	44496.7	36443.52	50967.1	58155.33	53895.73	52512.17	54050.9	56753.45
ИТОГО (все хозяйства) max	80690.44	80870.12	69523.78	80439.6	54200.73	76991	87891.33	66948.13	69368.55	73101.72	76756.81
Озерский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	8160.4	8060.7	7560.8	7559.1	6113.87	8723.02	9847.08	9999.44	8879.43	8950.93	9398.477
ИТОГО (все хозяйства) max	97850.7	96890.5	94120.3	94108.17	61883.67	82618.24	90866.01	65900.02	75841.51	78941.1	82888.16
Коломенский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	29634.78	28853.32	28963.12	29728.56	25371.95	34770.46	37456.31	33027.24	32062.02	33241.34	34903.41
ИТОГО (все хозяйства) max	129630.4	127660.4	127548.5	128568.4	50650.16	104705.8	98691.01	73932.24	103687.6	105380.8	110649.9
Луховицкий											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min											
ИТОГО (все хозяйства) max	52680.57	48460.69	50600.96	52500.23	46930.55	56890.21	49560.44	47670.66	48758.21	52111.11	54716.67
Сергиево-Посадский											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	37892.56	36900.89	36561.45	35020.2	29505.98	43950.41	49181.29	46116.54	44198.52	44850.49	47093.01
ИТОГО (все хозяйства) max	41250.89	38420.75	37900.45	36767.2	30731.28	45810.91	50294.79	46733.61	45364.42	46611.22	48941.78
Общий объем продукции											
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	206949.9	200138.7	193268.6	201571.1	170621.5	231232.2	238336.8	222768.9	217030.8	223936.9	222250
ИТОГО (все хозяйства) max	516897.3	503163.2	485905.6	502742.9	330987.1	479433	452694.3	355697.8	415704.2	432490.4	398520

Прогноз валового сбора овощей и картофеля районов Московской области за период 2017-2030 гг.

Наименование района/овощи+картофель (т.)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ленинский														
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	4567.325	4016.181	3382.025	2685.552	2286.505	1707.616	1834.018	1317	788.4912	209.5305	-319.544	-718.544	-1126.18	-1523.99
ИТОГО (все хозяйства) max	7703.337	2616.493	-3063.33	-8457.1	-12448.5	-16571.7	-17314.7	-22185.1	-28755.2	-34193.1	-38942.3	-42320.9	-46528.9	-50740.8
Ступинский														
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	27078.84	27789.76	28618.32	29268.54	29838.08	29245.77	29489.07	30357.55	31027.83	31481.01	31799.72	32222.79	32559.1	32905.17
ИТОГО (все хозяйства) max	54069.84	54189.54	55058.3	55741.09	57246.01	55801.07	57335.13	58524.73	57069.99	56851.14	57172.04	58342.56	58571.34	58678.54
Раменский														
ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	58233.63	60918.25	63816.47	65312.05	67384.2	67171	68625.44	71423.96	73662.21	75431.27	77053.67	78738.63	80278.87	81895.29
ИТОГО (все хозяйства) max	71825.67	72464.62	73861.92	73543.95	75453.84	72232.44	72067.15	74677.76	74150.6	73582.24	73428.74	74057.15	73930.05	73786.05
Озерский														

ИТОГО (КФХ и хоз.населения) min	9695.081	10062.85	10457.07	10767.28	11031.91	10876.19	11012.28	11346.11	11773.78	12018.79	12211.92	12413.72	12605.56	12805.78
ИТОГО (все хозяйства) max	71325.45	70104.42	69659.24	69858.47	71461.52	67353.51	66130.14	67244.01	64211.1	62351.81	61183.43	61428	60212.39	58805.99
Коломенский														
ИТОГО (К(Ф)Х и хоз.населения) min	35557.88	36510.1	37300.8	37987.34	38649.66	38072.6	38782.94	40206.3	41028.01	41528.8	42001.38	42586.62	43152.21	43765.16
ИТОГО (все хозяйства) max	88273.1	87679.31	88659.82	92151.21	99274.46	92557.34	93522.19	94078.85	89267.8	88641.46	88974.11	91586.18	91041.36	89977.37
Луховицкий														
ИТОГО (К(Ф)Х и хоз.населения) min														
ИТОГО (все хозяйства) max	51655.92	52298.19	52232.47	52439.43	53081.57	52644.06	54066.05	54504.24	54409.33	54164.24	54314.28	55022.74	55287.33	55616.3
Сергиево-Посадский														
ИТОГО (К(Ф)Х и хоз.населения) min	48801.75	50889.47	52906.91	54814.72	56160.42	55612.39	56825.35	59079.66	61012.38	62487.48	63735.96	65006.46	66235.05	67519.97
ИТОГО (все хозяйства) max	49880.91	52197.24	54216.2	56094.89	57498.94	56932.65	58264.65	60534.2	62352.58	63755.82	65037.39	66400.69	67603.76	68890.74
<b>Общий объем продукции по указанным районам</b>														

## Продолжение Приложения И

ИТОГО (К(Ф)Х и хоз.населения) min	230905.4	234115.4	239733.6	244545	247703.1	251344.4	247537.4	251649	257897	262320.3	265404.2	268922.3	271370.4	274349.1
ИТОГО (все хозяйства) max	374517.9	363085.5	351653.1	340220.7	487247.1	330776.9	401973.8	441039.3	416551.4	353836.6	413995.3	436916.3	365925.8	334099.2

## Прогноз средних цен производителей овощной продукции, руб./т

Продукция, руб/т.	Год														прирост в % , 2030 к 2016г
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
Картофель (руб/т)	13235	14110	14690	15175	15595	16144	16578	17067	17604	18385	19263	19481	19993	20557	100.6%
Овощи свежие или охлажденные															
томаты (помидоры)	69392	72269.5	74631.5	76481.1	78960.2	81720	84915.4	88924.4	91342.6	94036.5	97119.9	99436.6	102372	105416.2	69.2%
огурцы	78125.4	82263.9	85484.9	88407.6	91125.3	94541.1	98320.5	103221.3	107022.2	110052.3	113117.6	116746.5	120301.3	124020.3	64.7%
лук репчатый	12253.1	12888.5	13230.3	13856.6	14620.1	15107.6	15279.8	15906.2	16328.9	16729.6	17763.8	18013.5	18516.5	19038.4	96.2%
капуста	14135.9	15029.5	15773	16361.9	17028	17733.5	18043.7	18922.8	19820.1	20117.6	21189.3	21681.3	22316.3	22981.9	88.1%
морковь столовая	14527	15038.4	15554.3	16004.3	16320.8	16754.3	17174.9	17710.3	18475.4	18777.7	19514.8	19782.5	20272.4	20774.7	68.3%
свекла столовая	12740.4	13339.1	13880.9	14397.7	14786.7	15330.6	15770.1	16014.3	16808.7	17164.3	17980.7	18265	18742.9	19234.7	80.2%
Среднее значение	30629.8	32134.1	33320.7	34383.5	35490.9	36761.6	38011.8	39680.9	41057.4	42180.4	43707.0	44772.3	46073.5	47431.9	72.2%

Сравнительная характеристика существующих оптово-распределительных  
центров Московской области

№ п/п	Наименование комплекса	Характеристики	Преимущества
1	<p align="center">Фуд-Сити (foodcity.ru). Крупнейший оптово-розничный продовольственный центр России</p>	<p>Расположение: Москва, Калужское ш., 900 м. от МКАД Площадь участка: 91 га. Площадь торгового комплекса: 346 527 м<sup>2</sup>. Площадь офисных помещений: 30 880 м<sup>2</sup>. Площадь складских помещений: 300 000 м<sup>2</sup>. Стоянка грузового транспорта: на 2000 м/м. Перехватывающая парковка: 6000 м/м. Специализация: товары народного потребления (с/х продукция, товары для животных, спецодежда, табак, алкогольная продукция, цветы). Партнеры: Израиль, Беларусь, Марокко, Албания, Турция, ЮАР, Сербия, Россия, Чили, Египет, Эквадор.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мелкооптовая и розничная торговля;</li> <li>- крупнооптовая торговля;</li> <li>- аренда складов;</li> <li>- торговля с фур;</li> <li>- услуги грузчиков, аренда электрокара, аренда тележек, весов;</li> <li>- многоуровневая охрана;</li> <li>- высотное хранение;</li> <li>- правильно организованная схема движения транспорта на территории;</li> <li>- постоянный климат-контроль;</li> <li>- кросс-докинг: продажа без использования складских помещений.</li> </ul>
2	<p align="center">Четыре сезона (четыре-сезона.рф) Высокотехнологичный логистический распределительный центр</p>	<p>Расположение: г. Домодедово, мкр. Северный, ул. Логистическая, участок 9 Площадь участка: 28,3 га. Площадь складских помещений: 40 000 м<sup>2</sup>. Стоянка для большегрузных автомобилей: 500 м/м. Специализация: только с/х продукция. Партнеры: Израиль, Беларусь, Марокко, Албания, Турция, ЮАР, Сербия, Россия, Чили, Египет, Эквадор.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- охлаждаемый складской комплекс класса «А»;</li> <li>- ремонтная база со слесарными помещениями и автомойками;</li> <li>- оптимальная логистика для большегрузного автотранспорта внутри центра, широкие проезды и площади под автостоянку;</li> <li>- услуга перевалки продуктов – разгрузить из машины в машину. Экономия на хранении, снизить потребность в собственных складских помещениях и складском персонале, сократить время поставок, тем самым, повысив скорость товаропотока.</li> </ul>

3	<p>РосАгроМаркет (www.rosagromarket.ru) Опково-распределительный центр</p>	<p>Расположение: МО, городской округ Подольск, деревня Валищево. Площадь участка: 127 га. Общая площадь объектов ОРЦ: 300 000 м<sup>2</sup>. Площадь торговой зоны: 66 000 м<sup>2</sup>. Площадь зоны хранения: 157 000 м<sup>2</sup>. Ввод первой очереди: III квартал 2017 года. Общий объем инвестиций оценивается в 26,6 млрд руб. Потенциальные клиенты со стороны продавцов: отечественные мелкие, средние и крупные производители свежих продуктов питания, оптовые поставщики, дистрибьютеры, импортёры. Оптовые покупатели: региональные и федеральные торговые сети, ресторанный бизнес, отели, предприятия по организации питания в детских садах, школах, больницах, структурах МЧС, МВД, Минобороны РФ и т.п.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- централизация услуг по хранению, доработке, предпродажной подготовке, транспортировке и оптовой реализации свежей продукции - овощей, фруктов, мяса, рыбы и молочных продуктов;</li> <li>- доставка товара в выбранный покупателем пункт назначения;</li> <li>- электронная торговая площадка с современными форматами взаимодействия: онлайн-магазин, торги и аукционы в режиме реального времени;</li> <li>- аналитическая база, позволяющая клиентам легко оценивать результаты продаж, спрос, предложение, оперативно принимать решения;</li> <li>- полный набор услуг предпродажной подготовки продукции по самым современным стандартам и требованиям покупателей: мойка, калибровка, фасовка, стикеровка и др.;</li> <li>- сервисная инфраструктура: гостиницы, кафе, станции техобслуживания, АЗС, банкоматы и др.;</li> <li>- организованы пункты ветеринарного и фитосанитарного контроля</li> </ul>
4	<p>ОРЦ «Радумля» (www.psnngroup.ru) Опково-распределительный центр. Аренда торговых и складских помещений</p>	<p>Расположение: МО, Солнечногорский район, д. Радумля. Запуск первой очереди площадью 22 га: сентябрь 2016 г. Выход на полную мощность (54 га): осени 2017 года.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- услуги по хранению, переработке, предпродажной подготовке, распределению, реализации продукции;</li> <li>- круглосуточный доступ разгрузо-погрузочной зоне;</li> <li>- холодильные камеры различных объёмов;</li> <li>- автоматизированная информационная система управления мощностями хранения;</li> <li>- мощности по сортировке, калибровке, мойке, упаковке, переработке и других видов предпродажной подготовки;</li> <li>- аукционная система реализации продукции;</li> <li>- торговля с грузового транспорта (1,5т-20т);</li> <li>- открытая площадка для торговли с грузового транспорта на 800 машиномест;</li> <li>- кросс-докинг;</li> <li>- услуги грузчиков;</li> <li>- аренда весов, электропогрузчиков и тележек;</li> <li>- посты фитосанитарного и ветеринарного контроля;</li> <li>- современная фитолaborатория.</li> </ul>

## Продолжение Приложения Л

5	<p>Проект ОРЦ (см. Главу 3)</p> <p>Многофункциональный оптово-распределительный центр, ориентированный на продвижение отечественной продукции посредством Единых пунктов работы с производителями</p>	<p>Расположение: Раменский район, вблизи Бронниц. Рядом проходит трасса А107 и Новорязанское шоссе.</p> <p>Площадь участка: 20-30 га.</p> <p>Площадь складских помещений: 10 000-20 000 м<sup>2</sup>.</p> <p>Площадь вспомогательных помещений: 5 000-10 000 м<sup>2</sup>.</p> <p>Общий объем инвестиций: 130 млн. руб.</p> <p>Специализация: только с/х продукция.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хранение, переработка, упаковка и сбыт с/х продукции;</li> <li>- паритетные условия всех участников рынка овощной продукции;</li> <li>- фитосанитарный контроль;</li> <li>- доступ к универсальной площадке для переработки и сбыта продукции;</li> <li>- единая электронная система учета сельхозпродукции, сбора и обработки заказов. Данная система позволит малым и средним розничным организациям, а также предприятиям ресторанного и гостиничного бизнеса иметь доступ к широкому спектру поставщиков, в режиме реального времени отслеживать предложение сельхозпродукции, дистанционно организовывать доставку заказов;</li> <li>- возможность длительного хранения продукции;</li> <li>- возможность оказания полного спектра логистических (транспортных и складских) услуг;</li> <li>- конкурентный доступ малого и среднего бизнеса на рынок как в регионе производства, так и в других регионах;</li> <li>- снижение капитальных затрат малого и среднего бизнеса на хранение и переработку сельхозпродукции;</li> <li>- снижение потерь сельхозпродукции отечественными товаропроизводителями;</li> <li>- снижение уровня цен за счет оптимизации логистических и транзакционных издержек;</li> <li>- снижение влияния сезонности на ассортимент сельхозпродукции за счет улучшения условий хранения;</li> <li>- дополнительные рабочие места, создаваемые за счет нового бизнеса и сопутствующих организаций;</li> <li>- повышение качества потребляемой сельхозпродукции населением;</li> <li>- снижение зависимости от импорта и продовольственная безопасность.</li> </ul>
---	---	---	--

## ПАСПОРТ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

«Создание оптово- распределительного центра по переработке, хранению и сбыту сельскохозяйственной продукции»

(Наименование проекта)

Информация о предприятии (организации) – инициаторе проекта	
Наименование проекта	ОРЦ «Овощи MIX»
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Адрес	Раменский район, вблизи Бронниц. Рядом проходит трасса А107 и Новорязанское шоссе
ОКВЭД	15.3 - оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями; 74.14 - консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления; 65.23.3 - капиталовложения в собственность; 65.23.1 - капиталовложения в ценные бумаги; 55.30 - деятельность ресторанов и кафе; 55.40 - деятельность баров.
Основные акционеры	Юридические лица: ООО «ОвощАгро» (доля в уставном капитале 40 %), ООО «Ферма» (доля в уставном капитале 40 %). Физические лица: Любимов Алексей Владимирович (доля в уставном капитале – 20 %).
Численность работающих	510
Основные виды выпускаемой продукции	Продукция растениеводства: картофель, овощи (морковь, капуста, свекла, лук, огурцы, кабачки)
Основные потребители (в т. ч. доля потребителей на внешнем и внутреннем рынках)	Население Московской области. Реализация продукции проходит 100 % на внутреннем рынке, что обусловлено низкой конкурентоспособностью продукции.

Описание проекта	
Бизнес-идея (цель) проекта	Формирование системы сбыта собственной и произведенной местными производителями сельхозпродукции, обеспечивающей сбор, длительное хранение, первичную переработку, предпродажную подготовку и реализацию без участия посредников овощей в розницу и путем формирования оптовых партий, с организацией торгово-демонстрационных площадок, в том числе для проведения выставочных и ярмарочных мероприятий, а также обеспечение модернизации и расширения существующего сельскохозяйственного производства овощных культур
Год разработки проекта	2016
Краткая характеристика региона, в котором предполагается реализовывать проект	Реализация проекта планируется в Московской области, на стыке муниципальных районов: Ступинский, Ленинский, Раменский, Озерский, Коломенский, Луховицкий, Сергиево-Посадский. На территории района расположено большое количество земель сельскохозяйственного назначения, сельскохозяйственных предприятий, крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйств. Значительная часть жителей сельских поселений вовлечена в сельскохозяйственную деятельность. В 2016 году всеми категориями хозяйств районов произведено и реализовано 398 520 тонн картофеля и овощей для внутреннего потребления населением и организациями, осуществляющими деятельность на территории региона.

<p>Срок реализации проекта, этапы (с указанием соответствующих объемов финансирования и объектов, планируемых к вводу в эксплуатацию)</p>	<p>2017-2030</p> <p>1 этап – 2017 год, объем финансирования: 88 800 тысяч рублей, включает: проектно-изыскательские и землеустроительные работы, начало работ по строительству капитальных и временных сооружений, формированию инженерной и транспортной инфраструктуры (бурение скважины для организации водоснабжения, перенос ЛЭП, установка и подключение КТНП-400 для организации электроснабжения, ремонт автомобильной дороги, ведущей к логистическому центру от основной магистрали), в целях модернизации производства сельскохозяйственной продукции - проектно-изыскательские и землеустроительные работы, капитальный ремонт склада временного хранения общей площадью 3 000 кв. м, расположенного на территории основной базы, начало строительства административно-бытового здания, ремонтного бокса с гаражом, приобретение и установка перерабатывающего оборудования.</p> <p>2 этап – 2018 год, финансирование: 38 808 тысяч рублей, включает: строительство административно-торгового здания со складом временного хранения, приобретение арочных шатров для организации лоточной торговли, приобретение транспортных средств для организации работы логистического центра, приобретение дополнительной автотранспортной техники.</p> <p>3 этап – 2019 год, финансирование 10 432 тысяч рублей, включает завершение строительных работ и ввод в эксплуатацию административно-бытового и административно-торгового здания, склада временного хранения для начала работы логистического центра, ремонтного бокса и гаража.</p>
---	--

Тип проекта (модернизация, новое строительство, подготовка площадок под застройку и т.п.)	Новое строительство ОРЦ, строительство зданий и сооружений для создания оптово-распределительного центра по закупке, переработке, сбыту сельскохозяйственной продукции
Отраслевая принадлежность	Сельское хозяйство
Наличие ресурсов и инфраструктуры для реализации проекта	Земельный участок в аренде до 2066 года площадью 100 га под оптово-распределительный центр с возможностью стратегического увеличения территории для размещения дополнительных объектов инфраструктуры. Трудовые ресурсы на 1 этапе: 40 человек.
Планируемая продукция (вводимые мощности)	Закупка и реализация 300 000 тонн продукции овощеводства в год с перспективой увеличения объема продукции ежегодно.
Описание рынка потребителей	Основными потребителями сельскохозяйственной продукции являются жители Москвы и Московской области, организации, осуществляющие закупки для государственных, муниципальных и производственных нужд (государственные и муниципальные органы, учреждения, перерабатывающие предприятия).
Дополнительные механизмы реализации проекта	Необходимо получение субсидий на создание оптово-распределительного центра; поддержка муниципальных органов власти.
<b>Финансовая оценка проекта</b>	
Общая стоимость проекта, млн. руб., в т. ч.:	459 724 тыс. руб.;, в том числе:
- собственные вкладываемые средства	59 724 тыс. руб.;
- запрашиваемые инвестиции	400 000 тыс. руб.
<b>Основные показатели эффективности проекта</b>	
Чистая приведенная стоимость (NPV), млн. руб.	пессимистичный прогноз: 91 233 тыс. руб. (> 0); оптимистичный прогноз: 295 594.7 тыс. руб. (> 0)
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	пессимистичный прогноз: 19%; оптимистичный прогноз: 42%.

Индекс рентабельности (PI)	пессимистичный прогноз: 20%; оптимистичный прогноз: 64 %.
Срок окупаемости, лет	пессимистичный прогноз: 15 лет; оптимистичный прогноз: 7 лет.
Ставка дисконтирования, %	10
Социально-экономическая значимость проекта (в т. ч. количество созданных рабочих мест)	Увеличение количества рабочих мест до 100 единиц (к 3 этапу), увеличение фонда оплаты труда действующих работников в среднем на 44 % с 2016 года. Улучшение условий труда за счет строительства административно-бытового здания с раздевалкой, душевой, столовой, комнатой отдыха для работников сельского хозяйства. Повышение качества и доступности сельскохозяйственной продукции, реализуемой населению края.
Формы возврата инвестиций	Налоговые поступления в бюджет, платежи по кредитам в российских финансовых учреждениях.