



Интернет-торговля фермерскими продуктами

Интернет-торговля фермерскими продуктами в России активно развивается. За прошедшие 7 лет на этом рынке сформировались устойчивые и успешные игроки, определились наиболее эффективные модели ведения бизнеса. Новый тренд – появление все большего количества сайтов, через которые фермеры реализуют свою продукцию напрямую, минуя посредников.

Развитие торговли фермерскими продуктами через сеть интернет – важная тенденция российского продовольственного рынка. Благодаря возрастающему просу на натуральные продукты российские фермеры получили новый прямой канал сбыта своей продукции.

Прямая торговля от производителя к потребителю, выстраивание локальных цепочек снабжение продовольствием – это самые современные мировые инструменты развития продовольственного рынка, а также эффективный механизм поддержки и развития крестьянских (фермерских) хозяйств.

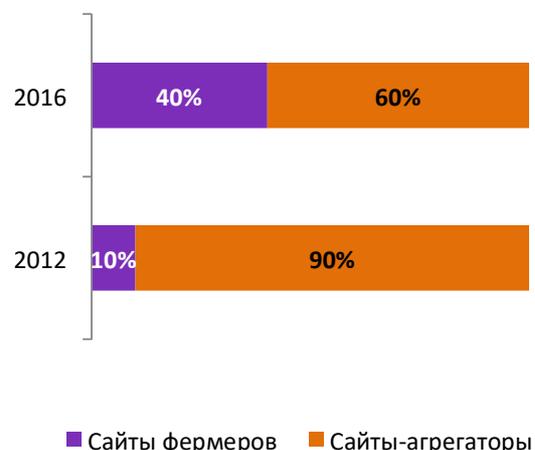
Рост числа сайтов фермеров – одна из главных тенденций интернет-рынка натуральных продуктов

На сегодня можно выделить 2 ключевые бизнес-модели, в соответствии с которыми работают интернет-магазины фермерских товаров:

Сайты-агрегаторы. Это компании, предлагающие фермерам услуги по сбыту их продукции в сети интернет. Для таких компаний характерны широкий ассортимент продукции, максимально дружественные к покупателям условия поставки, значительное количество фермеров-поставщиков. Такие интернет-супермаркеты активно используют различные каналы коммуникации с потребителями для продвижения своей продукции.

Сайты фермеров. Это сравнительно новый формат, получивший широкое распространение в последние 4 года. Сайт работает в интересах одного фермера или узкого круга компаньонов. Как правило, более сжатый ассортимент, поставка продуктов заказчикам осуществляется 2-3 раза в неделю. Такие сайты решают две задачи: непосредственно продают фермерскую продукцию и способствуют продвижению и росту узнаваемости фермерского хозяйства. Во многих случаях вместе с продуктами предлагаются и сопутствующие услуги, например, сельский туризм.

Оценка доли сайтов фермеров, в общем количестве интернет-ресурсов, предлагающих натуральные продукты



Можно ожидать, что в дальнейшем тенденция роста количества сайтов фермеров сохранится: успешные хозяйства продолжают более широко использовать современные каналы коммуникации для продвижения своих товаров и услуг, а между компаниями-агрегаторами будет нарастать конкуренция.

Среди сайтов-агрегаторов активно идет поиск наиболее конкурентной модели бизнеса. Здесь можно выделить 2 основные тенденции:

Один из старейших интернет-магазинов фермерских продуктов LavkaLavka делает ставку на активное продвижение и развитие собственной торговой сети в формате традиционной розницы, а также высокое качество поставляемой продукции.

Другое направление развития – это смещение акцента с фермерского происхождения продукции на ее полезные качества и экологичность. При этом происходит максимальное расширение ассортимента, в том числе за счет включения в него косметики, биоактивных добавок, спортивного питания и т.д.

Интернет-магазины – перспективный бизнес

Первые интернет-магазины, торгующие фермерскими продуктами, появились в 2006 году, но пик развития отрасли пришелся на 2011-2012 годы. Накопленная на сегодняшний день статистика позволяет сделать вывод о том, что выживаемость новых проектов в этой отрасли бизнеса очень высока: 70% компаний, начавших работу в 2009-2012 годах, продолжают работать и сегодня. Для сравнения, по данным мировой статистики, средняя выживаемость новых бизнесов составляет не более 30%.

Интересен один из примеров переформатирования интернет-магазина фермерских продуктов. «Русские фермы» перешли от интернет-торговли к дистрибуции фермерских молочных продуктов в торговые сети. Это – уникальный пример успешного решения одной из наиболее значимых проблем, сдерживающих развитие фермерского бизнеса в России: обеспечение доступа продукции крестьянских хозяйств в торговые сети.

Ассортимент здоровых продуктов расширяется

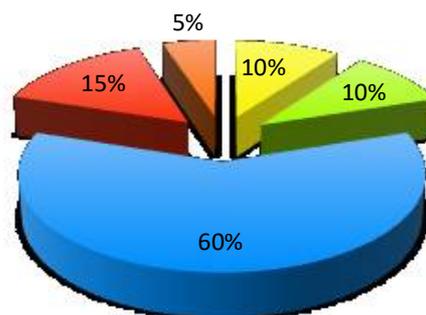
В 2012 году основу ассортимента составляли молочные продукты, яйца, птица и мясо – их предлагали не менее 90% всех интернет-магазинов. Сейчас наиболее распространенный ассортимент также включает кулинарию, выпечку, домашние заготовки (соленья и варенья), овощи и мед.

Широкая линейка предложения наиболее характерен для сайтов-агрегаторов, объединяющих продукцию многих поставщиков, но и фермерские сайты не ограничиваются несколькими товарными позициями, предлагая широкий ассортимент продукции.

Потенциал развития

Рынок интернет-торговли здоровыми продуктами питания продолжит активное развитие. Высокая выживаемость на нем вновь созданных бизнесов

Средний возраст интернет-магазинов фермерских продуктов



- 1-2 года
- 3-4 года
- 5-6 лет
- 7-8 лет
- Более 8 лет

говорит о том, что потенциал развития далеко не исчерпан. Три главных вектора развития на сегодня: во-первых, создание магазинов, объединяющих традиционную торговлю и торговлю в интернет. Причем, движение в этом направлении идет как со стороны интернет-торговцев, так и со стороны традиционной розницы. Во-вторых, развитие сайтов, предлагающих максимально широкий ассортимент продуктов здорового питания. В-третьих, развитие сайтов фермерских хозяйств.

Дальнейшее развитие интернет-торговли фермерскими продуктами требует решения 3 главных задач:

- обеспечение ветеринарного благополучия крестьянских (фермерских) хозяйств, создание механизмов контроля качества фермерских продуктов;
- упрощение для фермеров доступа к кредитным и лизинговым ресурсам, необходимым для развития производства;
- обеспечение стабильного сбыта фермерской продукции.

В целом интернет-торговля фермерскими продуктами в России за 4 года прошла большой путь, определив наиболее успешные форматы и направления развития. В дальнейшей перспективе рост отрасли продолжится, что очень позитивно для развития фермерства в нашей стране.

Материал подготовлен Международным независимым институтом аграрной политики по результатам собственных исследований