

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

ТОРГОВОЕ ДЕЛО: КОММЕРЦИЯ, МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Монография

Под научной редакцией
доктора экономических наук, профессора
Д.И. Валигурского

Том 3

Москва
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
2020

УДК 339.1
ББК 65.42
Т60

Рецензенты:

А.А. Максаев – кандидат педагогических наук, почетный работник общего образования Российской Федерации;

А.В. Ткач – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации.

Т60 Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика : монография / под науч. ред. д.э.н., проф. Д.И. Валигурского. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017–.

ISBN 978-5-394-03364-3.

Том 3. – 2020. – 306 с. : ил.

ISBN 978-5-394-04068-9 (Т. 3).

Монография включает материалы по трем важнейшим направлениям торгового дела – коммерции, маркетингу и менеджменту; реклама и услуги дополняют эти направления. В ней рассмотрены теоретические и практические аспекты отрасли торговли в системе народного хозяйства в современных условиях. Большое внимание в научной дискуссии уделяется вопросам развития потребительской кооперации.

Для научных работников, аспирантов, студентов, а также руководителей предприятий и специалистов в области торгового дела.

УДК 339.1
ББК 65.42

ISBN 978-5-394-04068-9

© Российский университет кооперации, 2020
© Коллектив авторов, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗНЫХ ОТРАСЛЯХ

<i>Валигурский Д.И., Лобанова С.Н., Рыжова И.О., Гаврилюк М.В.</i> Новые подходы к развитию кооперации на селе	7
<i>Валигурский Д.И., Чернов А.А., Романова М.В., Кормишина В.В.</i> Особенности экспорта сельскохозяйственной продукции в Китай	18
<i>Данилина М.В., Тузин А.М.</i> Современные технологии в торговой логистике	29
<i>Турков А.М., Рыжова И.О.</i> Логистика закупок и прокьюремент: взаимосвязь, основные принципы, организация взаимодействия	33
<i>Тройникова О.С., Новиков О.А.</i> Роль товарной политики в деятельности предприятия	44
<i>Хейфец Е.Е.</i> SMM как эффективный способ продвижения бизнеса в социальных сетях	48
<i>Анищенко К.Л.</i> Коммерческая деятельность профессиональных участников фондового рынка	56
<i>Гришина В.Т.</i> Аналитические возможности собственной статистики розничных продаж	62
<i>Матвеева О.З., Лобанова С.Н.</i> Рынок рекламы как часть экономической системы	69
<i>Матюнина Д.А., Коряков А.Г.</i> Внедрение «зеленых» технологий в логистическую деятельность	76
<i>Сазонова Е.А., Сидоренкова И.В.</i> Организация рекламной деятельности на розничном торговом предприятии	81
<i>Трифунтов А.И., Маргунова В.И.</i> Управление запасами и товародвижением в цепочке поставок как фактор создания конкурентных преимуществ	87
<i>Кузьмина Т.Т.</i> Экономический анализ процесса развития малого и среднего предпринимательства в регионе	93
<i>Николенко А.Е., Бугрова С.М.</i> Система поддержки малого предпринимательства в г. Кемерово	97

<i>Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н.</i> Обоснование необходимости сохранения и развития потребительской кооперации в современной России	102
<i>Арустамов Э.А.</i> Значение для науки индекса научного цитирования (РИНЦ) и его оценочных показателей	111
<i>Иванкович Ю.Н., Романович В.К.</i> Оценка эффективности торговых представителей (на примере фармацевтической компании)	121
<i>Борисова А.В., Романович В.К.</i> Повышение эффективности деятельности предприятия за счет использования рыночной атрибутики	129
<i>Груздева М.А., Романович В.К.</i> Формы конкурентной борьбы в современных условиях	133

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

<i>Новиков О.А.</i> Социально-этический маркетинг в оптимизации товародвижения	137
<i>Лобанова С.Н.</i> Технология проведения маркетинговых исследований	147
<i>Барташевич Д.А., Ребрикова Н.В.</i> Цифровой маркетинг как основная площадка для бизнеса (на примере создания собственного интернет-журнала Café Société)	153
<i>Козлова Н.П.</i> Маркетинговые исследования финансового поведения молодежи в России	158
<i>Горская А.А., Новиков О.А.</i> B2B-маркетинг в условиях глобализации и интернационализации рынков	164
<i>Липатова О.Д.</i> Технология проведения маркетинговых исследований на торговом предприятии	171
<i>Бронецкая В., Бондаренко Е., Минкевич И.В.</i> Маркетинговая деятельность – основа принятия управленческих решений	176
<i>Марутьянц А.А., Коряков А.Г.</i> Ключевые аспекты современных тенденций практики применения цифрового маркетинга	183

Петрова Е.А.

Навигационные метки как способ продвижения в социальных сетях 193

Уларджич С.Б., Новиков О.А.

Ключевые инструменты позиционирования: инсайты, преимущества, основания верить 197

Чудакова С.А., Лаврушин В.М.

Проблемы и перспективы цифрового маркетинга 202

Авдокушина М.Н.

Особенности PR-коммуникаций по поддержке КСО компании 207

Денисова В.А., Романович В.К.

Комплекс продвижения продукта на рынок 212

МЕНЕДЖМЕНТ НА НОВОМ ЭТАПЕ СВОЕГО РАЗВИТИЯ

Романович В.К., Маслова Е.Л., Шабаров П.П.

Компетентностная модель руководителя предприятия: связь функций и компетенций 218

Маслова Е.Л.

Компетентностная модель современного руководителя 223

Ковшов Т.В.

Правовые аспекты в управлении коммерческой недвижимостью 227

Гончаренко В.И.

Эффективный тайм-менеджмент 232

Жемерикин О.И.

Инструменты управления вертикально-интегрированными компаниями в рамках нового технологического уклада 235

Лагузова А.А., Молькова А.С., Ксенофонтов А.А.

Влияние корпоративного управления на имидж компании 240

Маслова Е.Л., Симонов Л.В.

Портрет современного менеджера 245

Мелихова Д.А., Козлова Н.П.

Вторжения и «сомнительные» клиенты в среде BIG DATA 248

Дуборасова Т.Ю.

Функционал, требования к компетенциям категорийного менеджера на современном этапе 256

Иванов О.

Стратегический менеджмент в спортивной индустрии 260

Жутаева Н.А., Сидоренкова И.В.

Перспективы развития и управления малых форм хозяйствования 266

УСЛУГА КАК СПЕЦИФИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ НА РЫНКЕ*Валигурский Д.И., Бурынина И.К.**Актуальность услуг на современном рынке* 272*Ковшова М.В.**Зарубежный опыт развития консалтинговых услуг в розничной торговле* 280*Иванова Ю.О.**Имидж страны как фактор продвижения образовательных услуг* 286*Ганичева У.Д., Литвинова Н.П.**Инновации в гостиничном бизнесе* 291*Шаронов М.А., Шаронова В.П.**Актуальность профессиональных стандартов для подготовки бакалавров по сервису* 294*Ковшова М.В., Молчанов М.С.**Современные методы обучения с помощью видеоигр* 300

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗНЫХ ОТРАСЛЯХ

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ КООПЕРАЦИИ НА СЕЛЕ

NEW APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF RURAL COOPERATION

Валигурский Д.И.,

д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела,

Лобанова С.Н.,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и торгового дела,

Рыжова И.О.,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и торгового дела,

Гаврилюк М.В.,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и торгового дела,

Российский университет кооперации

(г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация)

Аннотация. Развитие сельских территорий на сегодня имеет огромное значение. В 2020 г. планируется принятие программы и развитие новой инфраструктуры во всех регионах РФ. Историческое прошлое показывает, что от принятия данной программы будет зависеть решение многих проблем в обществе. В первую очередь, это вопросы продовольственной безопасности, создание новых рабочих мест, это строительство новой инфраструктуры и решение социальных задач.

До 1990 г. была принята одна из таких программ, которая имела свои положительные и отрицательные моменты в экономике развития территорий. Положительным является то, что благодаря этой программе была четко определена структура управления на местном уровне, а именно, были определены рядовые села, центральные усадьбы и неперспективные деревни. Согласно данной методике жители неперспективных деревень должны были переехать в центральные усадьбы, где было определено количество магазинов, предприятий сервиса, хозяйственных предприятий, которые обслуживали данную территорию, они имели свои плановые показатели и находились под государственным контролем.

Abstract. The development of rural areas today is of great importance. In 2020, it is planned to adopt the program and develop new infrastructure in all

regions of the Russian Federation. The historical past shows that the decision of many problems in society will depend on the adoption of this program. First of all, these are issues of food security, the creation of new jobs, the construction of new infrastructure and the solution of social problems.

Until 1990, one of these programs was adopted, which had its positive and negative aspects in the economy of territorial development. On the positive side, the programme has clearly defined the governance structure at the local level, namely, ordinary villages, Central estates and unpromising villages. According to this method, residents of unpromising villages had to move to the Central estates, where the number of shops, service enterprises, economic enterprises that served this territory was determined, they had their planned indicators and were under state control.

Ключевые слова: *сельские территории, инфраструктура, продовольственная безопасность, социальные задачи, рабочие места, потребительская кооперация, пайщик, социальная направленность, центральный потребительских цифровой кооператив.*

Keywords: *rural areas, infrastructure, food security, social tasks, jobs, consumer cooperation, shareholder, social orientation, Central consumer digital cooperative.*

Изучая прошлый опыт развития сельских территорий необходимо отметить, что на каждую тысячу жителей было запланировано 350 кв. м. торговых площадей. На центральной усадьбе в обязательном порядке имелись все виды магазинов: продовольственные, непродовольственные с дополнительным общепитом и местным производством элементарных продуктов питания (кондитерских, заготовительных и хлебопекарных цехов).

Начавшаяся в 90-е годы структурная перестройка всех территорий России дала большой плюс в решении вопросов создания новых рабочих мест, расширения производства и обеспечения государственных закупок, армии, флота, Дальнего Востока и северной части России. При этом основную долю в развитии сельских территорий занимала по-прежнему потребительская кооперация. Государственных предприятий в деревне не было. Единственными госпредприятиями были – лес-промхозы, речные и портовые организации, которые только импульсно обслуживали своих же работников.

Дальнейшие изменения отрицательно повлияли на развитие сельских территорий, исчезла увязка производственной и непроизводствен-

ной сферы. Сегодня мы имеем огромное количество домов культуры, школ, больниц, магазинов, детских садов – закрытых и невостребованных. Произошло резкое сокращение рабочих мест на селе, огромный отток населения из деревни, а также социальное расслоение.

В настоящее время в России более 20 млн. человек живет за чертой бедности (официально, а не официально – до 40 млн. чел.). Сельский труд стал непрестижным особенно у молодежи. Ошибка, которая была допущена, в 90-е годы заключается в том, что не учитывались существующие хозяйственные отношения, а сама земля, как главный продукт не стала частью данной программы. Государство ушло из деревни. Все, что осталось – это Почта России и сельские советы.

Если задать вопрос – кто и какая организационно-хозяйственная структура сегодня в России отвечает за развитие сельскохозяйственных территорий, мы получим ответ – никакая. Такой организации на сегодняшний день – нет. Сельские территории сегодня развиваются в зависимости от активности губернатора, управляющего инвестиционным климатом и создающим агрохолдинги, которые в свою очередь не заинтересованы работать на российском сырье и над созданием новых рабочих мест, а также над формированием местной инфраструктуры. В Правительстве РФ и многих министерствах отсутствует методика развития сельских территорий.

Министерство сельского хозяйства РФ, НИОКОР России – не имеют четкого плана, как развивать сельские территории. По прогнозам на их развитие будет выделено 2 трлн. 800 млрд. рублей. Это большие деньги, которые могут не дойти до сельских территорий. В том случае, если будут создаваться только непроеизводственные предприятия, а производственная сфера будет забыта, то это приведет к отрицательным последствиям. Сегодня мы слышим на всех уровнях, что в деревнях строятся больницы, школы, детские сады, но никто серьезно не просчитывает и не анализирует, что ровно через пять лет их придется закрывать.

Науку к развитию сельских территорий не допустили или про нее забыли, что является большой ошибкой, ведь из бюджета России на нее выделяются большие деньги. В настоящий момент в России более 50 млн. га земель не используются. Каждый год 2 процента сельскохозяйственной земли захватывает лес – это является большой проблемой. Неправильное прогнозирование и развитие сельских территорий может привести к потере сельхозземель, которые станут непригодными.

На наш взгляд рыночная экономика показала свои положительные и отрицательные стороны. Одна из отрицательных сторон – это

расслоение общества, отсутствие стабильного среднего класса и огромное количество безработных и бедных. Особенно это коснулось сельских территорий.

В результате можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день – нет другой системы, которая могла бы взяться за реанимацию и развитие новой инфраструктуры на селе, кроме потребительской кооперации. Она имеет свое положительное историческое прошлое, разветвленную структуру управления на всех сельских территориях, многоотраслевое направление деятельности, необходимые рабочие места, наличие специалистов и возможность их переобучения через собственную образовательную систему (Российский университет кооперации и техникумы), которая готовит сегодня более 100 тыс. студентов.

Из всех существующих видов кооперации, а их более 12-ти, потребительская кооперация – самая востребованная, самая узнаваемая и социально-ориентируемая. На текущий момент потребительская кооперация имеет около 2 млн. пайщиков, которые живут на сельских территориях.

Система потребительской кооперации, это единственная федеральная организация, которая имеет во всех регионах России свои подразделения, связанные горизонтально и вертикально. Из государственных предприятий в сельских регионах, почта России (которая имеет 42 тыс. своих объектов). Организационная структура потребкооперации включает областные и окружные потребительские союзы, а также Центросоюз РФ. Количество потребительских обществ в 2019 году составило 2197 и 106 областных и окружных потребительских союзов. Количество пайщиков в 2019 году составило 1 млн. 477 тыс. человек. Конечно, это немного, если вспомнить, что при социализме количество пайщиков было 60 млн. человек. Вместе с тем, в системе потребительской кооперации открыты более чем 1013 обществ с ограниченной ответственностью имеющие – 100% кооперативного капитала, это говорит о том, что система адаптирована к рыночным условиям (табл. 1).

Самыми активными федеральными округами по численности пайщиков в организационной структуре и участвующими в развитии потребительской кооперации являются: Центральный, Северо-Кавказский, Поволжский округа. По состоянию на 2019 год совокупный объем деятельности потребительской кооперации составляет более 210 млрд. руб. При этом оборот розничной торговли составляет – 61%, закупка продукции – 11,8%, объем производства – 10%, оборот общественного питания – 6%, оптовый оборот – 4,4%, платежные услуги населения – 2,4% и др. виды деятельности – 5,3%.

Таблица 1

**Организационная структура и численность пайщиков
в потребительской кооперации на 01.01.2019**

Федеральные округа	Потребсоюзы	Ч-ть пайщиков, тыс. чел.	Областные и окружные потребсоюзы	ООО с долей уставного капитала		
				100% кооп.	51% кооп.	5–10% кооп.
Центросоюз РФ	2197	1470	106	1013	179	45
Центральный	316	144	7	64	7	14
Северо-Западный	254	96	7	47	22	4
Южный	180	55	19	42	5	2
Северо-Кавказский	108	688	9	347	-	-
Поволжский	630	289	15	301	68	15
Уральский	174	92	20	45	8	2
Сибирский	398	58	25	69	59	7
Дальневосточный	131	47	4	72	10	1

Анализ деятельности показывает, что основную долю в обороте занимает розничная торговля, которая осуществляется в основном на сельской территории, а именно – 73,8% составляет удельный вес обслуживания сельских жителей. Количество предприятий розничной торговли по состоянию на 1 января 2019 года, составило 29 тыс. 563 предприятия и только 62% из них являются действующими, 4 тыс. 800 предприятий сдано в аренду и 6 тыс. 300 закрыто. При этом 81% предприятий розничной торговли находится в сельской местности, это подтверждает социальную направленность потребительской кооперации для сельских территорий, где высокий уровень бедности и социального напряжения.

В настоящий момент прошла реанимация предприятий общественного питания, объем которых составляет 13 млрд. 685 млн., что является 6% от совокупного объема. Предприятия общественного питания работают на собственном сырье, которое заготавливают в своей системе. Одна из успешных отраслей деятельности потребительской кооперации была и остается системой заготовок.

Кооперация выполняет связующую роль между производством сельскохозяйственной продукции, переработкой и торговлей. До 90-х годов она была главной заготовительной системой государственного

заказа для всех регионов России. Ситуация изменилась, кооперация потеряла былую славу, но время показывает, что кроме нее никто не может профессионально, экономично и грамотно закупить продукты у крестьян на взаимовыгодных условиях, наладить постоянные хозяйственные связи, создать рабочие места на полный и неполный рабочий день.

Количество заготовительных объектов сегодня составляет более 8 тыс. 673 объекта, в том числе магазины, приеомзаготовительные пункты – 6 тыс. 387, специализированные приемы заготовок – 624, квасильно-засолочные пункты – 49, сушилки лекарственно-технического сырья – 123, овощи картофелехранилище – 805 и холодильные хранилища – 526 и т.д. Это целая инфраструктура, которую можно быстро восстановить, закупить новое оборудование, подготовить кадры и выйти на новый уровень развития сельской территории.

Кооперация славилась своими хлебозаводами, хлебоцехами, которые выпекали качественный хлеб из домашней муки на сыворотке. Часть предприятий сохранилось. Объем их промышленного производства составил 21 млрд. руб., что является 10% совокупного объема деятельности потребительской кооперации. Передовыми округами в промышленном производстве является: Поволжский, Северо-Западный, Центральный округ.

Резко возросли услуги в самых разных областях, это говорит о повышении качества жизни человека. Но сельские территории имеют свою специфику, которая связана с земледелием. Предприятия потребительской кооперации стали активно учувствовать в развитии сферы услуг на селе. Предела развития услуг не существует, главное найти потребности, которые можно удовлетворить этими услугами. Объем платных услуг, оказываемых населению по состоянию на 2019 год – более 5 млрд. руб., что составило около 3% в совокупном объеме деятельности. Основные виды услуг – это бытовые, ремонтные, строительные, транспортные, банные, парикмахерские, ритуальные, коммунальные, санитарные и оздоровительные. Также огромную роль в системе потребительской кооперации играют образовательные услуги (табл. 2).

Анализ торговой деятельности потребительской кооперации показывает, что она теряет свою привлекательность для сельской территории. Сетевые магазины работают более успешно, более грамотно и более эффективно. В сложившейся ситуации, в первую очередь, необходимо провести ревизию розничных торговых предприятий и их модернизацию, оснастить современным оборудованием и начать активно работать с населением и пайщиками, с лозунгом: «Лучшие, только в кооперации».

Таблица 2

Основные виды деятельности в системе потребительской кооперации по состоянию на 01.01.2019 г.

№	Показатели	Ед. изме- рения	Цент- росоюз РФ	Цен- траль- ный округ	Севе- ро- Запад- ный округ	Юж- ный округ	Севе- ро- Кав- каз- ский округ	По- волж- ский округ	Урал- ский округ	Си- бир- ский округ	Даль- нево- сточ- ный округ
1	Оборот розничной торговли	млн. руб.	127744	23043	19765	5395	1811	48518	7755	13987	6344
1.1	Удельный вес оборота в сельской местности	%	73,8	63,1	68,1	73,3	82	77,5	79,7	82,4	719
2	Кол-во предприятий розничной торговли	Ед.	29563	5493	3625	1630	1378	11371	1933	3843	991
2.1	Действующие	Ед.	18379	3537	2320	733	681	6890	1224	2237	616
2.2	Сдано в аренду	Ед.	4839	674	415	566	307	1745	280	614	187
2.3	Закрытые	Ед.	6345	1282	890	331	322	2094	349	906	143
2.4	Действующие в процентах ко всем магазинам	%	62,2	64,4	64	45	52	64,2	66,1	59,5	65,1
2.5	Удельный вес расположенных в сельской местности	%	81	49	74	81	90	77	80	85	86
3	Оборот оптовой торговли	млн. руб.	9276	2260	1635	155	192	3596	654	379	383
3.1	Кол-во торговых баз	Ед.	64	21	2	2	5	17	6	4	6
3.2	Удельный вес действующих	%	67	28	100	50	83	100	83	75	67
3.3	Складские помещения	Ед.	3680	559	438	199	125	1188	208	578	341
3.4	Удельный вес действующих	%	60	58	72	57	43	64	66	50	58
4	Общественное питание	млн. руб.	13685	2019	1528	572	142	6441	1095	1192	572
5	Кол-во рынков	Ед.	140	8	8	13	13	36	4	53	4
6	Платные услуги населения	млн. руб.	5044386	243297	201857	139362	232643	654641	38660	489767	281929

Далее необходимо привлечь школьников, создать торговые отряды, пропагандировать экологически чистые продукты питания для сельских и городских жителей. Анализ деятельности закрывшихся предприятий торговли позволит принять по каждому из них решение, при том, что эти вопросы нельзя откладывать ведь магазины числятся на балансе, а за имущество надо платить. Это касается всех предприятий потребительской кооперации, которые закрыты на сегодняшний день. Чем больше мы их держим в неопределенности, тем больше ежегодно теряем в реальной практике. Это задача для всех служб управления потребительской кооперации. Мы должны работать по рыночным принципам, быстро перестраиваться и находить своего покупателя.

Главный вопрос по развитию кооперации – это ее финансирование, оно зависит от государства и коммерческих структур. Сегодня многие считают кооперацию коммерческой структурой. Но все при этом забыли, что главная цель кооперации – это социальная миссия, то есть удовлетворение потребностей населения, создание рабочих мест, борьба с бедностью.

Проведение международного форума: «Хлеб, ты – мир» в Калужской области с 19 по 22 сентября 2019 года, в которой участвовало более 60-ти делегаций из разных стран мира (проводил Центросоюз РФ, международная ассоциация хлебопек и Международный кооперативный Альянс) показал, что многие страны ждут от России производства экологически чистых продуктов с поставкой их на международные рынки. Соответственно проблема развития сельских территорий носит не российских характер, а международный, и к ней надо отнестись очень серьезно, профессионально с учетом всех заинтересованных сторон. При этом надо понимать и соблюдать территориальную целостность, традиции, культуру, историю всех территорий и земель.

На наш взгляд необходимо создать центральный потребительский цифровой кооператив (рис. 1), который станет управленческой структурой в развитии сельских территорий. В этот кооператив должны войти все заинтересованные предприятия, участвующие в развитии сельских территорий, а именно представители личных подсобных хозяйств, крестьянских сельских хозяйств, сельскохозяйственных и производственных кооперативов, индивидуальных предпринимателей, кредитных кооперативов, а также представители агрохолдингов и местной власти.

Центральный потребительский цифровой кооператив становится главным звеном, с помощью которого государство проводит свою политику развития сельских территорий. В первую очередь, это реше-

ние вопросов продовольственной безопасности, вопросов создания новых рабочих мест, вопросов решения социальных проблем, повышения качества жизни.



Рис. 1. Основные участники центрального потребительского цифрового кооператива

Центральный потребительский цифровой кооператив является главной хозяйственной структурой по заготовке сельскохозяйственной продукции на селе и получения 50-ти процентного государственного заказа без конкурсной основы от государства.

Центральный потребительский цифровой кооператив проводит государственную политику через систему кредитования, через систему лизинга и выполнения государственных заказов. Одна из главных проблем на селе сегодня – куда сбывать продукцию, рынок перенасыщен, предложения опережают спрос и любой сельский предприниматель понимает, что он не может внедриться на этот рынок. Через Центральный потребительский кооператив это будет возможно. Кредитование малого бизнеса на селе происходит через Центральный потребительский цифровой кооператив в виде техники, оборудования и животных. Возврат данного кредита осуществляется на 80 процентов продовольствием, которое поставляется предпринимателем в Цен-

тральный потребительский цифровой кооператив. В данном случае все рыночные риски для предпринимателя идут через кооператив. Предприниматель увеличивает производство, расширяет ассортимент, осваивает новые земли, думает о качестве продукции.

Все предприятия, работающие в области машиностроения через Центральный потребительский цифровой кооператив, смогут поставлять технику и оборудование для производства сырья, его переработки и торговли. Таким образом, данная система позволит рационально осваивать земли, наладить производство продовольствия, заготовок, то есть перерабатывать и продавать товары на российском и международном рынках.

Следовательно, необходимо расширить государственно кооперативное партнерство. Суть его заключается в том, что часть налогов в размере 10% государство должно оставить кооперативному предприятию. При этом 6% пойдет на модернизацию, замену нового оборудования, а 4% на подготовку кадров. Данную схему финансирования будет осуществлять Центросоюз РФ, который таким образом укрепит свою структуру управления и даст возможность всем регионам работать по единым кооперативным принципам: слаженно, ответственно, демократично.

Для поднятия престижа и развития сельских территорий нужны земельные банки. Россия, которая является главным держателем всех мировых сельскохозяйственных земель, не имеет своего земельного банка. Земля не стала частью рынка в полном объеме, и земельный банк даст возможность более оперативно решать вопросы хозяйственных взаимоотношений. Создание такой структуры, как Центрального потребительского цифрового кооператива поможет решить многие проблемы и, самое главное, сохранить деревни и остановить поток беженцев из деревни в город.

Список используемых источников:

1. Валигурский Д.И., Кузьмина Т.Т. Подъем экономики России как фактор развития рынка образовательных услуг. Кооперация и социальная экономика: наука и практика. Материалы Международной научно-практической конференции (25 мая 2017 года). – Ярославль–Москва: Издательство «Канцлер», 2017. – С. 24–31.

2. Валигурский Д.И., Кузьмина Т.Т. Кооперативное будущее России // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2018. – № 2. – С. 21–27.

3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html>.

4. Лобанова С.Н., Рыжова И.О., Третьякова С.Г. Роль маркетинга в деятельности предприятия. Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия сборник научных статей международной научно-практической интернет-конференции / под науч. ред. О.В. Пигуновой. – 2018. – С. 66–69.

5. Лобанова С.Н. Возможности и пути развития сельского туризма в России. Кооперация в науке и инновациях. Материалы Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников, докторантов и аспирантов вузов по итогам работы за 2014 год. – Российский университет кооперации. – 2015. – С. 168–172.

6. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (вместе с «Планом мероприятий («дорожной картой») по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года»): Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 N 1083-р (ред. от 08.12.2016). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/edu.consultant.ru/. – Загл. с экрана.

7. Прогноз социально-экономического развития Московской области на среднесрочный период 2018-2020 годов. [Электронный ресурс] – <http://www.mosreg.ru>. (дата обращения: 25.11.18).

8. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2017 году [Электронный ресурс]: офиц. сайт Федеральной службы государственной статистики. – М., 2018. – С. 67. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096652250 (дата обращения 12.10.2018 г.).

9. Прогноз научно-технологического развития агропромышленного комплекса Российской Федерации на период до 2030 года. Минсельхоз России; НИУ ВШЭ. – М., 2017. – С. 140.

10. О долгосрочной стратегии развития агропромышленного комплекса Российской Федерации [Электронный ресурс]: Аналитическое управление Аппарата Совета Федерации, Аналитический вестник. – № 10 (699). – 2018. – С. 123. Режим доступа: <http://council.gov.ru/media/files> (дата обращения 12.10.2018 г.).

11. Материалы практической конференции в рамках ежегодных Чаяновских чтений: в 2-х частях. – 2015. – С. 67–75.

12. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. / Валигурский Д.И., Авдокушина М.Н., Алексунин В.А. [и др.]. – Москва, 2017.

13. Vinogradova M.V., Maloletko A.N., Kulyamina O.S., Kaurova O.V., Larionova A.A. Digital technology in the field of educational services // Man-

agement of Education: Problems and Perspectives. – Vol. 6. – № 2. – 2016: special issue. – Pp. 281–287.

14. *Vinogradova M.V., Maloletko A.N., Kaurova O.V., Kulyamina O.S., Larionova A.A.* The use of MBO (management of objectives) method of attraction and evaluation of effectiveness of investments to the tourism and hospitality. Management of Education: Problems and Perspectives. – Vol. 6. – № 2. – 2016: special issue. – Pp. 241–246.

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В КИТАЙ

FEATURES OF EXPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS TO CHINA

Валигурский Д.И.,

д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела,

Чернов А.А.,

к.э.н.,

Романова М.В.,

к.э.н., доцент

Чебоксарский кооперативный институт,

Кормишина В.В.,

магистрантка 2-го года обучения направления «Бизнес маркетинг»,

Российский университет кооперации

(г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация)

Аннотация. В статье обобщены основные тенденции развития торговых отношений России и Китая в сельскохозяйственной сфере. За последнее десятилетие в Китае произошел переход от недостатка продуктов питания к достижению состояния продовольственной безопасности. Однако, несмотря на успехи, Китай испытывает внутренние проблемы относительно устойчивости достигнутой продовольственной безопасности. В статье рассматриваются возможные направления экспорта сельскохозяйственной продукции из России в Китай и формирование устойчивой товаропроводящей цепочки, призванной диверсифицировать китайский импорт сельскохозяйственной продукции, повысив приоритеты работы с Россией и странами ЕАЭС.

Abstract. The article summarizes the main trends in the development of trade relations between Russia and China in the agricultural sector.

Over the past decade, China has moved from a lack of food to a state of food security. However, despite the success, China is experiencing internal problems regarding the sustainability of the achieved food security. The article considers possible directions (ways) of export of agricultural products from Russia to China and the formation of a stable commodity distribution chain designed to diversify Chinese imports of agricultural products, increasing the priorities of work with Russia and the EAEU countries.

Ключевые слова: сельское хозяйство, торговля, логистическая инфраструктура, импорт, экспорт.

Keywords: agriculture, trade, logistics infrastructure, import, export.

Продовольственная безопасность Китая. В начале 1990-х гг. считалось, что Китай не сможет обеспечить растущие потребности своего населения в продуктах питания, а массированный импорт вызовет существенное удорожание продуктов питания по всему миру. Затем, когда Китай вступил в ВТО в 2001 г., были опасения, что АПК страны не выдержит конкуренции и внутренний рынок страны заполнится дешевым импортным продовольствием [7]. Однако, к настоящему времени Китай смог достичь состояния самодостаточности по основным сельскохозяйственным продуктам в пределах 91–97% внутреннего потребления [10]. Китай является крупнейшим в мире производителем сельхозпродукции, хотя по ряду продуктов, в частности, по мясу и молоку, импорт будет наращиваться.

Обеспечение продовольственной безопасности было достигнуто за счет стремительного развития АПК. По сравнению с дореформенным периодом 1970–1978 гг., когда валовый продукт сельского хозяйства Китая рос в среднем на 2,7% в год, темпы роста в годы начала реформ (1979–1984 гг.) практически утроились, достигнув 7,1% (табл. 1).

Учитывая численность населения Китая и ограниченность сельхозземель, развитие АПК Китая пошло по пути интенсификации. К настоящему времени в стране создана развитая система аграрной науки, технологий и инноваций. Также Китаю к настоящему времени удалось создать крупнейшую в мире сеть информационно-консультационных служб для нужд АПК численностью более 700 тыс. человек [7].

Росту объема производства продовольствия способствовало и увеличение инвестиций в АПК, особенно государственных. Основные объемы вложений были направлены в развитие ирригации, строительство транспортной инфраструктуры в сельской местности, развитие рыночной инфраструктуры. Благодаря продуманной политике

государства удалось соединить мелкие фермы в единую сеть с переработчиками, дистрибьюторами и покупателями. Инвестиции в улучшение плодородных качеств земель наряду с ирригацией значительно увеличили урожайность основных культур.

Однако, возникли и новые вызовы, связанные с природопользованием и растущим населением страны, повышение уровня жизни которого существенно увеличило стоимость производства и снизило конкурентоспособность китайской сельхозпродукции на мировом рынке. Вследствие такого рода проблем, обеспечение продовольственной безопасности и устойчивого развития АПК стали основами современной агропродовольственной политики Китая. Понимая встающие перед страной проблемы, Правительство КНР в последние годы предприняло такие серьезные шаги, как отмена ряда налогов для фермеров, увеличение субсидий производителям, поддержка их доходов и государственное инвестирование в АПК, финансирование аграрной науки [9, 13].

Таблица 1

Показатель	1970-1978	1979-1984	1985-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2016	В среднем в 1978-2016
Валовый продукт сельского хозяйства	2,7	7,1	4,0	3,4	4,3	4,5	4,1	4,6
Пшеница	2,8	4,7	1,7	-0,7	1,1	2,5	2,0	1,9
Хлопок	-0,4	19,3	-0,3	-1,9	5,3	-0,9	-2,1	3,2
Масла и жиры	2,1	8,9	17,2	8,0	2,0	-2,7	9,8	8,8
Фрукты	6,6	8,0	12,5	8,2	29,2	6,0	12,8	12,6
Мясо	4,4	8,5	10,0	7,3	5,1	-3,1	7,7	6,6
Рыба	5,0	7,4	12,6	6,8	3,9	3,6	11,0	8,3
Численность населения	1,8	1,4	1,4	0,9	0,6	0,5	0,5	1,0
ВВП в расчете на душу населения	3,1	7,4	8,3	7,2	9,0	10,6	7,5	7,5

К настоящему времени основными товарными группами продовольственного импорта Китая являются мясо и мясные продукты, фрукты и овощи, зерновые, корма для животных (табл. 2). Китай яв-

ляется крупнейшим в мире импортером соевых бобов, хлопка, пальмового масла и сахара [12].

Таблица 2

Товарная позиция	1995	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Мясные продукты	0,090	0,636	0,607	2,183	4,653	4,546	4,445	7,601
Фрукты	0,084	0,367	0,627	2,062	3,983	5,025	5,871	5,719
Рыба	0,389	0,773	2,294	3,324	3,735	4,092	3,612	3,835
Корма для животных	0,421	0,908	1,306	3,301	3,959	4,373	4,967	3,601
Морепродукты	0,185	0,391	0,525	0,980	2,240	2,477	2,701	3,055
Молоко, молочные продукты	0,056	0,207	0,406	1,795	4,785	5,759	2,631	2,709
Мясо КРС	0,004	0,007	0,009	0,084	1,270	1,290	2,321	2,516
Овощи	0,079	0,090	0,532	1,558	2,631	2,686	2,716	1,950
Сахар	0,907	0,148	0,421	0,986	2,294	1,717	1,960	1,351
Ячмень	0,241	0,313	0,429	0,536	0,799	1,374	2,859	1,142

Основным поставщиком продуктов питания в Китай являются США с годовым оборотом в размере \$26 млрд. Другие крупные поставщики – Бразилия, страны ЕС, Канада, Австралия и другие (рис. 1). Страны ЕАЭС в 2016 г. заняли 2,1% в стоимостном объеме поставок продовольствия в Китай, главным образом, за счет России (1,97% в продовольственном импорте Китая).

Зависимость Китая от мирового рынка продовольствия будет только расти, она необратима. Рост импорта будет обусловлен реструктуризацией внутреннего спроса в пользу высокопитательных продуктов повышенного качества [5] на фоне сокращения возможностей для сельскохозяйственного производства внутри Китая [8]. По прогнозам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), к 2022 году Китай удвоит закупки импортного кормового зерна, мяса говядины и свинины, а импорт соевых бобов возрастет на 40%. Потребности Китая в зерновых достигнут 700 млн. т. к 2020 г., 100 млн. т. из которых будет импортироваться.

Все эти группы продуктов с высокой добавленной стоимостью Китай импортирует преимущественно из США. На фоне обострившегося в начале 2018 г. торгового противостояния между США и Китаем торговая позиция Китая с США не дает стране широких возможностей для реагирования на повышение американских пошлин.

В 2017 г. китайский экспорт в США составил \$506 млрд. против американского экспорта в Китай на \$130 млрд. (дефицит США в торговле с Китаем – \$375 млрд.).

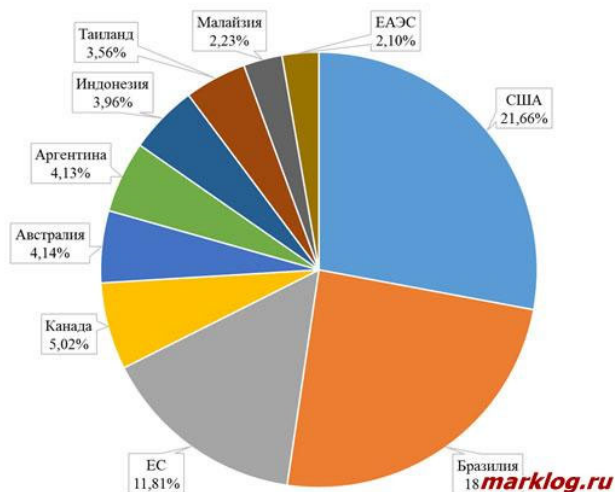


Рис. 1.

Одной из самых чувствительных контрмер Китая против торговой политики США стало повышение импортных пошлин на соевые бобы. Соя для США – это вторая по величине посевная культура по объемам урожая, производство которой существенно субсидируется государством. Соевые бобы – крупнейшая позиция в американском продовольственном экспорте – \$22 млрд. в 2017 г., \$23 млрд. в 2016 г., более половины из них (\$12 млрд.) – экспорт в Китай. Еще в декабре 2017 г. на волне слухов о скором ограничении ввоза стали и алюминия санитарной службой Китая были выявлены сорняки в американских соевых бобах. Одновременно стали поступать жалобы от китайских животноводов на снижение уровня белка в американских соевых бобах. В результате их импорт из США в январе 2018 г. упал на 14% по сравнению с тем же месяцем 2017 г. (с 6,6 млн. т. до 5,8 млн. т.), а из Бразилии – вырос до 2,1 млн. т., что в 7 раз больше, чем в январе 2017 г. При ограничении импорта из США Китаю необходимо будет продолжить резкое увеличение объема закупок в Бразилии, что существенно взвинтит мировые цены на соевые бобы.

Потенциальный рост цен на соевые бобы повлечет увеличение затрат на производство свинины, что, в свою очередь, может нанести серьезный удар по продовольственной безопасности Китая и перевести вопрос в плоскость политических решений.

Как и в случае с соевыми бобами, оперативное переключение Китая с американского импорта на альтернативных поставщиков свинины затруднительно. Наиболее перспективные торговые партнеры – Вьетнам и страны Юго-Восточной Азии. Из-за американских санкций также можно прогнозировать недостаток на китайском рынке фруктов, в частности, фиников, которые поставляются из США или же по американской квоте.

Перспективные направления сотрудничества с Россией и странами ЕАЭС для обеспечения продовольственной безопасности Китая

Россия и другие страны ЕАЭС, главным образом, Казахстан и Беларусь, также имеют потенциал для наращивания поставок продовольствия в Китай в свете открывающихся на китайском рынке ниш. Несмотря на лидерство России в мире по поставкам пшеницы Китай в 2015–2016 гг. российскую пшеницу не покупал. В продовольственном экспорте Казахстана доминируют пшеничная и пшенично-ржаная мука, а также крупы. В 2016 г. импорт Китаем казахстанской муки вырос более чем в 10 раз, превысив \$2,8 млн. Правительство Казахстана стимулирует внешнеторговые поставки продовольствия, что позволило в 2017 г. в дополнение к зерновым и мукомольным продуктам значительно увеличить экспорт мяса и молочных продуктов.

Беларусь традиционно является одним из лидеров среди стран ЕАЭС по производству и экспорту молочных продуктов, картофеля, мяса скота и птицы. За январь–сентябрь 2017 г. экспорт молочных продуктов из Беларуси в Китай вырос в 12 раз по сравнению с тем же периодом 2016 г., превысив \$4,5 млн. Армения и Кыргызстан в силу небольшого размера своих АПК пока не входят в число крупных поставщиков сельскохозяйственной продукции в Китай, но потенциально могут нарастить экспорт фруктов и овощей (табл. 3).

Рост спроса на продукты из стран ЕАЭС на китайском рынке открывает дополнительные возможности для наращивания Китаем продовольственного импорта. Продукты из России и других стран ЕАЭС воспринимаются в Китае как безопасные и чистые, и именно на эти качества необходимо делать ставку при продвижении продовольствия на китайский рынок.

По итогам 2017 г. Китай стал крупнейшим покупателем российского продовольствия, потеснив Турцию. В ближайшие три-пять лет Россия может войти в список крупных поставщиков продуктов питания в Китай, альтернативных США, наряду с Бразилией, Австралией и Таиландом, в частности, по таким позициям, как мясо курицы, подсолнечное масло, жмых подсолнечника и кукурузный шрот.

Таблица 3

Товарная позиция	Россия		Казахстан		Беларусь		Кыргыз-стан		Армения	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Живые животные	21,30	37,21	0,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,26	0,00	0,00
Молоко и молочные продукты	0,73	2,42	0,00	0,00	0,48	0,84	0,00	0,010	0,000	0,00
Рыба	1100,59	1264,16	1,59	2,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Морепродукты	69,44	94,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пшеница	0,00	0,00	27,65	53,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Рис	0,82	1,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Кукуруза	14,40	10,23	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Мука пшеничная	5,98	4,29	0,25	2,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Овощи	0,78	1,69	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Фрукты	82,68	34,37	20,74	0,00	0,00	0,00	3,46	1,79	0,00	0,00
Сахар	1,59	1,65	9,07	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00
Корма для животных	117,40	106,84	0,60	0,24	1,16	0,10	0,51	0,54	0,00	0,00
Безалкогольные напитки	1,48	1,45	0,19	0,30	0,03	0,21	0,17	0,01	0,04	0,15
Алко-гольные напитки	8,09	13,71	0,04	0,09	0,05	0,26				

Рассматривать экспорт российской сои как замену американской на китайском рынке пока преждевременно. В 2017 г. размер площадей под соей в России вырос по отношению к 2016 г. на 16,9% и достиг рекордных отметок в 2,6 млн. га. За последнее десятилетие посевные площади под соей в России выросли более чем в 2,3 раза. Рост площадей позволил России собрать рекордный урожай сои – 3,5 млн. тонн в 2017 г. (наибольший сбор в Амурской области – 1,3 млн. тонн). В 2016 г. экспорт соевых бобов из России достиг 430,5 тыс. тонн, что

на 11,7% больше, чем в 2015 г. и в 4,3 раза больше уровня 2014 г. В Казахстане инвестиционной кластерной программой «МаЖиКо-2020» предусматривается увеличение посевов сои до 400 тысяч га с производством 1 млн. тонн бобов в год. Однако, для Китая, ежегодная потребность в соевых бобах которого превышает 90 млн. т., такой рост производства никак не решает задачи диверсификации импорта и снижения зависимости от США. Ни Россия, ни Казахстан в ближайшие годы физически не смогут выйти на хоть сколько-нибудь значительные поставки соевых бобов в Китай, даже на уровень 3-5% от китайских потребностей. Для этого нужен взрывной рост производства, а прирост валового сбора сои в России уже начал отставать от прироста посевных площадей, что связано со снижением урожайности.

Ряд российских экспертов высказываются в пользу отказа от политики запрета выращивания генетически модифицированной сои хотя бы на территории Дальневосточного региона как основного экспортера в Китай [4], но такое решение российскими властями вряд ли будет принято, учитывая крайне негативное отношение к ГМО-продуктам в России. Возможности роста экспорта сои в Китай ограничены и развитием собственного животноводческого производства в России (в частности, интенсивного свиноводства на Дальнем Востоке).

Имея в виду существующие производственные и инфраструктурные ограничения для оперативного увеличения поставок продовольствия из стран ЕАЭС в Китай, перспективным для Китая видится параллельное развитие сотрудничества с Россией и странами-членами ЕАЭС по трем направлениям:

- рост закупок по тем позициям, которые в избытке представлены на рынке ЕАЭС;
- организация сельскохозяйственного производства на неиспользуемых землях Сибири и Дальнего Востока России, в северных и южных областях Казахстана с последующим вывозом продукции в Китай;
- реализация совместных инвестиционных проектов.

Всего в список российских экспортеров, прошедших ветеринарно-санитарное обследование на соответствие требованиям Китая, включено более 400 предприятий. Помимо поставщиков зерновых (пшеница, кукуруза, соя и рапс) туда входят производители мясной, молочной продукции, кормов, консервов, а также меда. Поставки, в основном, осуществляются из Омской, Иркутской, Новосибирской, Амурской, Сахалинской и Кемеровской областей, Забайкальского, Хабаровского, Красноярского и Приморского краев, а также Еврейской автономной области.