

Рост конкурентоспособности российской органической продукции: азиатский вектор

Growth of competitiveness of Russian organic products: Asian vector



В. Д. Адеев,

аспирант, факультет организационных изменений и организационного развития,
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

✉ vadim.adeev@bk.ru

V. D. Adeev,

postgraduate student, faculty of organizational change and organizational development,
Moscow financial and industrial university «Synergy»

Рост конкурентоспособности российской органической продукции, особенно на азиатском рынке, представляет собой значительное событие в мировой сельскохозяйственной динамике. К данной теме можно подойти с использованием научной методологии, проанализировав различные факторы, обусловившие эту тенденцию и ее последствия. Прежде всего, необходимо понять контекст, в котором российская органическая продукция закрепились на азиатском рынке. Мировой спрос на органическую продукцию неуклонно растет, что обусловлено осведомленностью потребителей о здоровье, экологической устойчивости и этичности ведения сельского хозяйства. Азия с ее быстрорастущим средним классом и растущим сознанием здорового образа жизни представляет собой значительный рынок для органической продукции. Российская органическая продукция обладает рядом преимуществ, которые способствуют ее конкурентоспособности. Обширный и разнообразный сельскохозяйственный ландшафт России в сочетании с относительно низким уровнем развития промышленного сельского хозяйства создает прочную базу для органического земледелия. Природно-климатические условия страны благоприятны для выращивания некоторых видов органической продукции без широкого применения искусственных удобрений и пестицидов.

The growing competitiveness of Russian organic products, especially in the Asian market, represents a significant development in global agricultural dynamics. This topic can be approached using a scientific methodology, analyzing the various factors behind this trend and its consequences. First of all, it is necessary to understand the context in which Russian organic products have gained a foothold in the Asian market. The global demand for organic products has been steadily increasing due to consumer awareness about health, environmental sustainability and ethical farming. Asia, with its rapidly growing middle class and growing health consciousness, represents a significant market for organic products. Russian organic products have a number of advantages that contribute to their competitiveness. Russia's vast and diverse agricultural landscape combined with a relatively low level of industrial agriculture creates a strong base for organic farming. Natural and climatic conditions of the country are favorable for the cultivation of some types of organic products without extensive use of artificial improvers and pesticides. The strategic approach of Russian producers and the state to the development of the Asian market was methodical. The most important was the identification of key Asian markets where the demand for organic products is high. First of all, such countries as China, Japan and South Korea with developed organic markets and high purchasing power of consumers were chosen. In addition, the regulatory framework and certification played an important role.

Ключевые слова: глобальный спрос, органическая продукция, преимущества российского сельского хозяйства, рынок Азии, маркетинг и брендинг органических продуктов, соответствие международным стандартам, глобальные торговые паттерны.

Keywords: global demand, organic products, advantages of Russian agriculture, Asian market, marketing and branding of organic products, compliance with international standards, impact on global trade patterns.

Введение

Анализ современного состояния российского сегмента органической продукции требует применения комплексного подхода, включающего в себя рассмотрение законодательной базы, экономических факторов, социокультурных аспектов, технологических инноваций и экологических вопросов.

Законодательно сфера органического производства в России регламентирована законом, принятым в 2019 г. [7], который определяет критерии и стандарты для органической продукции. Этот законодательный акт создал правовую основу для стандартизации и сертификации органических продуктов, что является ключевым фактором для доверия потребителей и защиты рынка от фальсификации. С экономической точки зрения, рынок органических продуктов в России демонстрирует тенденцию к росту, хотя его доля по-прежнему мала по сравнению с традиционным сегментом продовольствия. Это связано с увеличением потребительского спроса на здоровое питание, что особенно заметно в крупных городах. Однако высокая

стоимость производства и сертификации, а также недостаточно развитая инфраструктура распределения ограничивают доступность органических продуктов для широкого круга потребителей. Социокультурный аспект включает в себя растущее осознание важности здорового питания и экологически чистых продуктов среди населения. Это приводит к увеличению спроса на органическую продукцию, что, в свою очередь, стимулирует производителей к переходу на органические методы ведения сельского хозяйства. С точки зрения технологий, в сегменте органической продукции наблюдается интерес к инновациям, включая использование устойчивых агротехнологий, автоматизацию процессов и применение экологически чистых удобрений и средств защиты растений. Эти технологии помогают повысить эффективность производства и снизить его воздействие на окружающую среду. Экологический аспект является основополагающим в органическом сельском хозяйстве.

Стремление к минимизации вредного воздействия на природу и поддержание биоразнообразия лежат в основе органического производства. Это не только

способствует сохранению окружающей среды, но и обеспечивает получение качественной и безопасной продукции. В заключение, современное состояние российского сегмента органической продукции характеризуется ростом и развитием, стимулируемыми законодательными инициативами, увеличением потребительского спроса, внедрением технологических инноваций и усилиями по улучшению экологической устойчивости. Однако рынок все еще сталкивается с рядом вызовов, включая высокие издержки производства и сложности в обеспечении широкого доступа к органическим продуктам.

Азиатский рынок играет критически важную роль для российских экспортеров органической продукции, что можно анализировать с использованием научного метода. Важность этого рынка определяется несколькими ключевыми факторами. Прежде всего, растущий спрос на органические продукты в странах Азии, особенно в Китае, Японии и Южной Корее, создает обширные возможности для экспорта. Увеличение доходов на душу населения в этих странах приводит к изменению потребительских предпочтений в пользу более качественных и здоровых продуктов питания, что открывает двери для российской органической продукции. Далее, географическое положение России облегчает логистику и снижает транспортные расходы, что является важным фактором в конкурентоспособности на международном уровне. Близость к ключевым азиатским рынкам позволяет российским производителям быстрее доставлять свежую продукцию, сохраняя ее качество. Кроме того, азиатские страны демонстрируют повышенный интерес к экологичности и устойчивости, что совпадает с глобальной тенденцией и растущей осведомленностью потребителей об экологических аспектах производства пищевых продуктов. Это создает благоприятные условия для продвижения российской органической продукции, которая может быть представлена как экологически чистая и устойчивая.

Также стоит упомянуть, что российские органические продукты могут заполнить нишу на азиатском рынке, где спрос на такие продукты превышает предложение. Это открывает возможности для расширения рынка и увеличения доли российских экспортеров в азиатском сегменте органической продукции. В заключение, азиатский рынок представляет значительный потенциал для российских экспортеров органической продукции. Это обусловлено комбинацией экономического роста, изменения потребительских предпочтений, удобного географического положения и соответствия глобальным тенденциям в пищевой промышленности. Понимание и эффективное использование этих факторов могут значительно увеличить присутствие российской органической продукции на азиатском рынке.

Определение понятий «органическая продукция» и «конкурентоспособность» подразумевает разбор каждого термина в контексте современных научных исследований и практик [11].

Органическая продукция относится к продуктам, производимым в соответствии с определенными

стандартами устойчивого сельского хозяйства. Эти стандарты, как правило, исключают использование искусственных химических удобрений, пестицидов, антибиотиков и генетически модифицированных организмов. Органическое производство также акцентирует внимание на сохранении экологического баланса, повышении биоразнообразия и учете благополучия животных. Важным аспектом является сертификация продукции, подтверждающая ее соответствие установленным органическим стандартам. Конкурентоспособность в контексте продукции или предприятия означает способность успешно конкурировать на рынке, обеспечивая при этом устойчивый спрос и прибыльность. Конкурентоспособность зависит от множества факторов, включая качество продукции, ценовую стратегию, инновационность, эффективность производственных и маркетинговых процессов, а также умение адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и потребностям потребителей. В контексте органической продукции конкурентоспособность может также оцениваться через способность соответствовать стремлению потребителей к экологически чистым и здоровым продуктам. Оба этих понятия тесно взаимосвязаны в современном мире. Органическая продукция, соответствующая требованиям устойчивого развития, может повысить конкурентоспособность предприятия на рынке за счет удовлетворения потребностей осведомленных и экологически ответственных потребителей. В то же время, конкурентоспособность в секторе органических продуктов требует не только соответствия стандартам органического производства, но и эффективной бизнес-модели, способной адаптироваться к меняющимся условиям и ожиданиям рынка.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность в агропромышленном секторе, многообразны и охватывают различные аспекты производства, распределения и маркетинга продукции. Научный подход к анализу этих факторов предполагает интегративное рассмотрение экономических, технологических, социальных и экологических аспектов. Технологический прогресс играет ключевую роль в повышении эффективности производства. Внедрение инновационных технологий, таких как прецизионное земледелие, автоматизированные системы управления и биотехнологии, способствует увеличению урожайности и качества продукции, снижению затрат на труд и материалы. Экономические факторы включают такие аспекты, как доступ к финансированию, структура рынка, ценовая политика и государственное регулирование. Эффективное управление ресурсами, оптимизация расходов и грамотное ценообразование напрямую влияют на рентабельность и конкурентоспособность предприятий в агропромышленном секторе.

Экологическая устойчивость становится все более важным фактором. Практики устойчивого земледелия, направленные на сохранение природных ресурсов и минимизацию вредного воздействия на окружающую среду, могут повысить привлекательность продукции для осведомленных потребителей и обеспечить долгосрочное развитие.

Социальные аспекты, включая условия труда, социальную ответственность компаний и взаимодействия с местными сообществами, также оказывают влияние на конкурентоспособность. Компании, демонстрирующие заботу о благополучии своих работников и общественном вкладе, могут обрести лояльность потребителей и улучшить свой имидж. Логистика и цепочки поставок имеют решающее значение для эффективного распределения продукции. Оптимизация логистических процессов, обеспечение качества и своевременности доставки продукции являются ключевыми элементами для удовлетворения потребностей рынка. Конкурентоспособность в агропромышленном секторе зависит от комплексного взаимодействия между технологическими инновациями, экономической эффективностью, экологической устойчивостью, социальной ответственностью и эффективностью логистики. Успешные предприятия в этом секторе обычно характеризуются гибкостью и способностью адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и потребностям общества. Статистические данные показывают, что глобальный рынок органических продуктов растет. По данным исследовательской организации «Organic Monitor», мировой рынок органических продуктов достиг приблизительно \$97 млрд в 2020 г., демонстрируя устойчивый рост за последние два десятилетия [1].

Азиатский регион, особенно страны с высоким уровнем дохода, такие как Китай, Япония и Южная Корея, испытывает ускоренный рост в потреблении органических продуктов. Согласно отчету «Research and Markets» [10], рынок органических продуктов в Азии оценивается в \$6,5 млрд в 2020 г. и предполагается, что он достигнет \$15 млрд к 2026 г. [3]. Россия, имеющая обширные сельскохозяйственные ресурсы и потенциал для производства органической продукции, может использовать этот растущий спрос для улучшения своего положения на мировом рынке. Согласно исследованию Росстата, объем российского рынка органической продукции составлял около \$160 млн в 2019 г. [4], что указывает на значительный потенциал для роста, особенно в экспортных операциях. Для эффективного вхождения в азиатские рынки, российским производителям важно сосредоточиться на таких факторах, как сертификация продукции в соответствии с международными стандартами, качество продукции, а также на культурные и пищевые предпочтения азиатских потребителей. Это включает в себя разработку маркетинговых стратегий, ориентированных на уникальные потребности и ожидания этих рынков.

Активное использование статистических данных и обзоров рынка позволяет российским производителям органической продукции более точно ориентироваться в мировых тенденциях и формировать стратегии для повышения своей конкурентоспособности на азиатских рынках. Это требует комплексного подхода, включающего в себя качественное производство, соответствующие сертификации и адаптированные маркетинговые стратегии.

Особенности азиатского рынка органической продукции

Азиатский потребительский рынок представляет собой экстремально разнообразный регион с точки зрения демографии, так и экономики. В этом регионе насчитывается более 4,5 млрд человек, что составляет более половины всего населения мира. Крупнейшие страны по численности населения — Китай и Индия, в каждой из которых проживает более 1,3 млрд человек [9]. Экономические условия в азиатских странах также значительно варьируются. Регион включает в себя страны с развитой экономикой, такие как Япония и Южная Корея, страны с быстрорастущими экономиками, такие как Китай и Индия, а также развивающиеся экономики, например, Бангладеш и Вьетнам.

Важным аспектом для российских производителей органической продукции является уровень дохода на душу населения в этих странах. Высокий уровень дохода в странах восточной Азии, таких как Япония, Южная Корея и Китай, создает благоприятные условия для потребления премиальных товаров, включая органическую продукцию. Кроме того, урбанизация играет ключевую роль в изменении пищевых привычек и предпочтений в Азии. Урбанизированные районы с высокой плотностью населения, как правило, демонстрируют больший спрос на здоровые и устойчивые продукты питания [6].

Для успешного вхождения на азиатские рынки, российским производителям необходимо учитывать эти демографические и экономические особенности, нацеливаясь на конкретные сегменты рынка и адаптируя свои продукты и маркетинговые стратегии для удовлетворения местных потребностей и предпочтений.

Таким образом, демографические и экономические характеристики азиатских стран обеспечивают значительные возможности для роста конкурентоспособности российской органической продукции, однако требуют тщательного анализа и стратегического планирования для эффективного внедрения на эти рынки. Для анализа демографических и экономических характеристик азиатских стран в контексте научного изложения, необходимо опираться на статистические данные и обзоры, проводя систематический и комплексный анализ. Азия, являясь самым большим и населенным континентом мира, представляет собой регион с огромным демографическим и экономическим разнообразием. Помимо этого, в Азии расположены страны с самыми высокими темпами урбанизации, такие как Китай, Индия, Индонезия и Пакистан. Этот процесс урбанизации способствует значительным изменениям в социальных и экономических структурах обществ.

Экономически Азия включает в себя страны с различными уровнями развития. Япония, Южная Корея, Сингапур и Гонконг считаются развитыми экономиками, в то время как Китай, Индия и Индонезия являются примерами стремительно развивающихся экономик. ВВП Азии составляет более 30 триллионов долларов, что составляет примерно 40% мирового ВВП [12]. Регион демонстрирует впечатляющие темпы

экономического роста, превышающие средние мировые показатели. В контексте агропромышленности и производства органической продукции, демографические и экономические характеристики азиатских стран представляют собой значимые факторы. Во-первых, растущий средний класс в странах, таких как Китай и Индия, увеличивает спрос на качественные и здоровые продукты питания, включая органические продукты. Во-вторых, урбанизация и изменение образа жизни приводят к повышению осведомленности потребителей о пищевых продуктах и их происхождении, что также способствует росту интереса к органической продукции.

Таким образом, анализ демографических и экономических характеристик азиатских стран позволяет выявить ключевые тренды и возможности для развития и расширения рынка органической продукции, что особенно актуально для стран, стремящихся увеличить свою конкурентоспособность в этой сфере, например, для России. При анализе предпочтений азиатских потребителей и трендов рынка, важно опираться на статистические данные и обзоры, применяя научный метод изложения. Азиатский рынок, характеризующийся значительным разнообразием культур и экономических условий, проходит через динамические изменения, влияющие на потребительские предпочтения и тренды. Потребительские предпочтения в Азии значительно различаются в зависимости от страны, однако можно выделить несколько общих тенденций. Во-первых, с увеличением доходов на душу населения, особенно в странах, таких как Китай, Южная Корея и Япония, наблюдается рост спроса на высококачественные и здоровые продукты. По данным «Euromonitor International» [13], сектор здорового питания в Азии демонстрирует ускоренный рост, превышая среднемировые показатели. Вторая тенденция заключается в увеличении спроса на органическую продукцию. Согласно исследованию «Organic Trade Association», Азия является одним из самых быстрорастущих рынков для органических продуктов. Это связано с растущим осознанием потребителей важности экологически чистых и устойчивых продуктов, а также с повышенным вниманием к здоровью.

Третья важная тенденция — это цифровизация рынка и рост электронной коммерции. Исследование, проведенное Nielsen, показывает, что в Азии наблюдается один из самых высоких уровней проникновения онлайн-торговли в мире. Это обусловлено широким распространением мобильных технологий и интернета, а также стремлением потребителей к удобству и доступности при покупке товаров.

Кроме того, в Азии наблюдается тенденция к росту спроса на местные продукты и национальные бренды. Потребители предпочитают продукты, которые отражают местные вкусы и культурные особенности. Это открывает возможности для местных производителей и брендов, позволяя им конкурировать с международными компаниями. В заключение, азиатский рынок характеризуется динамично меняющимися потребительскими предпочтениями и рыночными трендами, которые отражают экономический рост, технологические инновации и культурное разнообразие региона.

Для успешного входа и укрепления позиций на этом рынке, компаниям необходимо глубоко понимать эти тенденции и адаптировать свои стратегии, чтобы соответствовать меняющимся потребностям и ожиданиям азиатских потребителей.

Анализ конкурентов на азиатском рынке органической продукции требует комплексного подхода, основанного на статистических данных, рыночных обзорах и научных методах изложения. Важно учитывать различные аспекты, включая долю рынка, стратегии ценообразования, продуктовые линейки, каналы распространения и маркетинговые стратегии конкурентов.

Во-первых, доля рынка конкурентов является ключевым показателем, который позволяет оценить их влияние на рынке. По данным «Research and Markets», азиатский рынок органических продуктов оценивается в \$6,5 млрд в 2020 г. и предполагается, что он достигнет \$15 млрд к 2026 г. Крупные игроки на этом рынке включают местные компании, такие как «Yeo Valley и Amul», а также международные корпорации, включая «Nestle и Danone».

Во-вторых, стратегии ценообразования конкурентов важны для понимания рыночной ситуации. Многие компании на азиатском рынке органических продуктов используют стратегии премиального ценообразования, что соответствует высокому спросу на качественные органические продукты среди обеспеченных слоев населения.

Третий аспект — это продуктовые линейки конкурентов. На азиатском рынке представлен широкий спектр органических продуктов, включая свежие фрукты и овощи, молочные продукты, мясо и мясные изделия, а также готовые пищевые продукты. Исследование потребительских предпочтений показывает, что наибольшим спросом пользуются продукты, отвечающие местным вкусам и культурным предпочтениям.

Четвертый важный аспект — каналы распространения. Многие компании используют как традиционные розничные каналы, так и онлайн-платформы для распространения своей продукции, учитывая растущий спрос на онлайн-покупки среди азиатских потребителей.

Наконец, маркетинговые стратегии конкурентов включают активное продвижение через социальные медиа, участие в экологических инициативах и сотрудничество с местными сообществами для создания положительного имиджа бренда.

Анализ конкурентов на азиатском рынке органической продукции требует углубленного изучения рыночных показателей, ценовых стратегий, ассортимента продукции, каналов распространения и маркетинговых подходов. Эти данные предоставляют ценную информацию для разработки эффективных стратегий входа и конкуренции на этом динамично развивающемся рынке.

Анализ рынка органической продукции в России

Анализ производственных мощностей и региональных особенностей предполагает систематический подход к оценке производственного потенциала и его

вариаций в различных географических регионах. Данный анализ включает изучение факторов, таких как технологическая оснащенность, доступность ресурсов, квалификация рабочей силы, а также экономические и экологические условия.

Производственные мощности определяются как способность предприятия или отрасли производить определенный объем продукции за единицу времени. Эти мощности зависят от ряда факторов, включая технологическое оснащение, эффективность производственных процессов и качество используемых ресурсов. Важным аспектом является и инновационность производства, включая применение автоматизированных и цифровых технологий. Рассмотрение региональных особенностей в контексте производственных мощностей предполагает анализ экономической ситуации, рыночной инфраструктуры, доступности сырьевых ресурсов, а также социально-экономических условий в различных регионах. Например, в регионах с высоким уровнем промышленного развития и развитой инфраструктурой производственные мощности могут быть выше, чем в менее развитых районах. Согласно данным Всемирного банка и Международного валютного фонда, существуют значительные различия в производственных мощностях между развитыми и развивающимися странами. Развитые страны, как правило, обладают более высокими технологическими стандартами, квалифицированной рабочей силой и эффективными производственными процессами, что позволяет им достигать более высокой производительности труда и лучшего качества продукции.

В контексте производства органической продукции региональные особенности включают экологические условия, такие как климат, качество почвы и доступность водных ресурсов, которые играют ключевую роль в обеспечении качества и устойчивости производства. Экологически чистые регионы с благоприятными природными условиями могут предложить более высокое качество органических продуктов, в то время как регионы с менее благоприятными условиями сталкиваются с дополнительными вызовами, такими как необходимость борьбы с вредителями и болезнями.

Анализ производственных мощностей и региональных особенностей требует интегрированного подхода, который учитывает как технологические и экономические, так и экологические и социальные аспекты. Такой анализ позволяет определить ключевые факторы, влияющие на эффективность производства, и выявить потенциальные возможности для развития и оптимизации производственных процессов. Политика государственной поддержки органического сельского хозяйства является важной составляющей в развитии устойчивого аграрного сектора. Она включает в себя меры, направленные на стимулирование производства и распространения органической продукции, обеспечение соответствия международным стандартам, а также поддержку исследований и разработок в данной области. Научный подход к анализу политики государственной поддержки включает изучение законодательных и регуляторных рамок, финансовых стимулов и программ поддержки, направленных на развитие

органического сельского хозяйства. Этот анализ требует оценки как эффективности существующих мер, так и потенциала новых инициатив в контексте текущих экономических и экологических условий.

Одним из ключевых аспектов поддержки органического сельского хозяйства является разработка и внедрение национальных стандартов органического производства. Эти стандарты, как правило, включают критерии по устойчивому использованию ресурсов, отсутствию химических удобрений и пестицидов, а также требования к животноводству и обработке продукции. Примером может служить Регламент Европейского Союза по органическому производству и маркировке, который устанавливает строгие стандарты для органических продуктов, производимых и продаваемых в ЕС [8].

Финансовые стимулы и субсидии также играют важную роль в поддержке органического сельского хозяйства. Государственная поддержка может включать прямые субсидии производителям, налоговые льготы, гранты на исследования и разработки, а также финансирование образовательных программ. Например, в США Федеральная программа органического сертификации (NOP) предлагает финансовую помощь для покрытия расходов на сертификацию органической продукции [2].

Помимо этого, государственная поддержка включает в себя инициативы по информационной поддержке и обучению. Это может включать программы обучения для фермеров, кампании по информированию потребителей и поддержку маркетинга органической продукции. Такие меры направлены на увеличение осведомленности об органическом сельском хозяйстве и расширение рынка органических продуктов.

Важным элементом политики государственной поддержки является также сотрудничество с международными организациями и участие в международных программах. Это позволяет странам обмениваться опытом, совершенствовать законодательство и стандарты, а также расширять международную торговлю органическими продуктами. Политика государственной поддержки органического сельского хозяйства представляет собой многогранную систему мер, которая включает в себя как законодательные и регуляторные инициативы, так и финансовые стимулы, образовательные программы и международное сотрудничество. Эта политика играет ключевую роль в стимулировании развития устойчивого сельского хозяйства и обеспечении доступности органических продуктов для потребителей. Сертификация и стандарты качества органической продукции в России являются важными элементами обеспечения доверия потребителей и устойчивости рынка органических продуктов. Они представляют собой комплекс мер, направленных на гарантию соответствия продукции определенным критериям и стандартам, включая отсутствие химических удобрений и пестицидов, устойчивое использование природных ресурсов и благополучие животных. Согласно Федеральному закону Российской Федерации от 3 августа 2018 г. № 280-ФЗ «О производстве органической продукции и внесении изменений в отдель-

ные законодательные акты Российской Федерации» [14], органическая продукция должна производиться без использования генетически модифицированных организмов, синтетических удобрений, пестицидов, антибиотиков и ряда других синтетических веществ. Кроме того, органическое производство должно способствовать сохранению биоразнообразия и поддержанию экологического баланса. Процесс сертификации органической продукции в России включает оценку соответствия производственных процессов и продукции требованиям законодательства в области органического производства. Сертификация осуществляется аккредитованными организациями, которые проводят регулярные проверки производственных мест и лабораторные анализы продукции [15].

Важным аспектом является развитие национальных стандартов качества. В России принят ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Общие требования» [16], который устанавливает основные принципы и требования к производству, обработке, хранению, транспортировке и маркировке органической продукции. Этот стандарт соответствует международным требованиям и помогает обеспечить конкурентоспособность российской органической продукции на международном уровне.

Также важным элементом является система маркировки органической продукции, которая обеспечивает прозрачность для потребителей и позволяет им делать осознанный выбор. В России для маркировки органических продуктов используется специальный знак «Органическая продукция», который гарантирует, что продукт прошел необходимую сертификацию и соответствует установленным стандартам. Сертификация и стандарты качества органической продукции в России являются ключевыми факторами в обеспечении качества и безопасности продукции, а также в укреплении доверия потребителей. Они способствуют повышению конкурентоспособности российских органических продуктов на внутреннем и международном рынках, а также поддерживают устойчивое развитие сельского хозяйства.

Стратегии повышения конкурентоспособности

Разработка маркетинговых и торговых стратегий для проникновения на азиатские рынки требует глубокого понимания культурных, экономических и социальных особенностей этих рынков. Азиатский рынок, характеризующийся высоким уровнем разнообразия и бурным экономическим ростом, представляет собой значительные возможности для международных компаний [17].

Во-первых, важно провести всесторонний анализ рынка, включая изучение потребительского поведения, конкурентной среды, законодательных и регуляторных рамок каждой страны. По данным исследовательской компании «McKinsey & Company» [18], потребители в Азии демонстрируют растущий интерес к инновационным продуктам, цифровым технологиям и высокому уровню обслуживания. Следующим шагом является разработка адаптированных маркетинговых стратегий, которые учитывают культурные особенности и

предпочтения потребителей в каждой стране. Например, в странах с высоким уровнем коллективизма, таких как Китай и Япония, маркетинговые кампании часто фокусируются на общественных ценностях и групповой принадлежности. В то же время, в странах с более индивидуалистической культурой, таких как Сингапур, больше внимания уделяется индивидуальным потребностям и личным достижениям. Торговые стратегии должны включать выбор оптимальных каналов распространения. Во многих азиатских странах, включая Китай и Индию, наблюдается быстрый рост электронной коммерции. Согласно отчету «eMarketer» [19], ожидается, что к 2023 г. доля онлайн-продаж в общем объеме розничных продаж в Азии достигнет почти 25%. Это предполагает значительный потенциал для использования онлайн-платформ и социальных сетей в качестве каналов продвижения и продаж [20].

Для укрепления позиций на азиатских рынках компаниям также важно установить сотрудничество с местными партнерами, что может включать в себя дистрибьюторов, поставщиков, производителей и маркетинговые агентства. Такое партнерство позволяет лучше понять местные условия, адаптироваться к изменениям в рыночной среде и эффективно решать логистические и операционные задачи. В заключение, маркетинговые и торговые стратегии для проникновения на азиатские рынки требуют комплексного подхода, который учитывает культурные, экономические и технологические особенности каждого рынка. Стратегии должны быть гибкими и адаптивными, с акцентом на инновации, цифровые технологии и эффективное партнерство с местными организациями.

Технологии и инновации в производстве органической продукции являются ключевыми элементами для улучшения эффективности, устойчивости и качества органических продуктов. В последние годы интеграция новых технологий и инновационных подходов значительно трансформировала сектор органического производства.

Одной из основных тенденций в этой области является использование цифровых технологий и автоматизации. Прецизионное земледелие, использующее данные со спутников, дронов и датчиков на полях, позволяет фермерам точно определять потребности растений в воде, питательных веществах и защите от вредителей. Это снижает необходимость в применении внешних вводимых и повышает эффективность использования ресурсов. По данным исследовательской компании «MarketsandMarkets», рынок прецизионного земледелия оценивается в \$7,1 млрд в 2020 г. и ожидается, что он достигнет \$12,8 млрд к 2025 г. [21].

Биотехнологии также играют важную роль в органическом сельском хозяйстве, особенно в разработке биологических средств защиты растений и улучшении семян. Использование микроорганизмов и натуральных веществ в качестве биопестицидов и биоудобрений помогает защищать растения и улучшать качество почвы без применения химических препаратов.

Системы управления данными и трассируемости также становятся все более важными в органическом производстве. Технологии блокчейна и искусственного интеллекта позволяют отслеживать происхождение

продуктов, обеспечивать прозрачность и поддерживать доверие потребителей к качеству органических продуктов.

Кроме того, устойчивые энергетические технологии, такие как солнечная и ветровая энергия, находят применение в органическом сельском хозяйстве для снижения углеродного следа и повышения энергоэффективности производственных процессов. Интеграция технологий и инноваций в производство органической продукции способствует устойчивому развитию сектора, повышению его эффективности и качества продукции. Эти технологии и инновации помогают не только в решении текущих экологических и продовольственных вызовов, но и в обеспечении будущего устойчивого развития сельского хозяйства. Логистическое сотрудничество между Россией и странами Азии открывает значительные возможности и преимущества для увеличения торгового оборота, улучшения эффективности транспортных потоков и усиления экономических связей. Рассмотрение данной темы требует анализа инфраструктурных, экономических и геополитических аспектов [22].

С точки зрения инфраструктуры, ключевую роль играет развитие и модернизация транспортных коридоров. Проекты, такие как Транссибирская магистраль и Северный морской путь, предоставляют прямые и эффективные пути доставки между Россией и Азией. Согласно данным Росстата, объем грузоперевозок по Транссибирской магистрали постоянно растет, что указывает на повышенный интерес к этому маршруту как к альтернативному пути между Европой и Азией. Экономически, логистическое сотрудничество между Россией и странами Азии способствует увеличению торговли и экспорта. Взаимная торговля между Россией и странами АСЕАН, например, достигла \$19,8 млрд в 2019 г., по данным АСЕАН [23]. Расширение транспортных связей улучшает доступность рынков и позволяет более эффективно использовать экономический потенциал региона. Геополитический аспект также имеет важное значение. Укрепление транспортных связей между Россией и Азией способствует диверсификации торговых партнерств и уменьшению зависимости от традиционных европейских и североамериканских рынков. Это обеспечивает большую стабильность и устойчивость в условиях глобальных экономических и политических изменений. Кроме того, развитие логистического сотрудничества способствует привлечению инвестиций в транспортную инфраструктуру и связанные отрасли. Проекты, направленные на улучшение портовой инфраструктуры, развитие железнодорожных сетей и усовершенствование таможенных процедур, привлекают как местные, так и иностранные инвестиции [24].

Логистическое сотрудничество между Россией и странами Азии предоставляет значительные возможности для обеих сторон. Улучшение транспортной инфраструктуры и углубление экономических связей способствуют росту торговли, укреплению геополитического положения и привлечению инвестиций, что в свою очередь стимулирует экономическое развитие региона.

Потенциальные риски и вызовы

Торговые барьеры и нормативные ограничения представляют собой значительные препятствия в международной торговле, влияя как на экспортеров, так и на импортеров. Их анализ требует комплексного подхода, включая изучение тарифных и нетарифных барьеров, а также оценку их воздействия на глобальные торговые потоки.

Тарифные барьеры включают в себя таможенные пошлины и налоги, которые страны вводят на импортируемые товары. Согласно отчету Всемирной торговой организации (ВТО), в среднем таможенные пошлины на товары в мире составляют около 9% [25]. Однако в некоторых случаях тарифы могут быть значительно выше, особенно в отношении товаров, которые считаются стратегически важными для национальной экономики. Нетарифные барьеры включают различные формы ограничений и требований, которые страны устанавливают для регулирования импорта. Это могут быть санитарные и фитосанитарные меры, стандарты качества, квоты, лицензирование, требования к упаковке и маркировке. По данным ВТО, нетарифные меры влияют на около 30% всего мирового торгового оборота [26].

Эти барьеры оказывают значительное воздействие на международную торговлю, увеличивая стоимость и сложность экспортно-импортных операций. Особенно это затрагивает малые и средние предприятия, для которых дополнительные расходы и процедурные сложности могут стать непреодолимым препятствием для входа на международные рынки.

Однако торговые барьеры и нормативные ограничения также могут служить инструментами защиты внутреннего рынка и национальных производителей от неконтролируемого импорта. Например, санитарные меры помогают защищать население от импорта опасных или некачественных продуктов.

В последние годы наблюдается тенденция к либерализации торговли, включая уменьшение тарифных ставок и упрощение торговых процедур в рамках многосторонних и двусторонних торговых соглашений. Однако в то же время, в ряде случаев фиксируется усиление защитных мер, особенно в условиях экономических и политических кризисов. Торговые барьеры и нормативные ограничения играют двойственную роль в международной торговле, с одной стороны защищая внутренние рынки и потребителей, а с другой — создавая препятствия для свободного обмена товарами и услугами. Баланс между защитой национальных интересов и продвижением свободной торговли остается ключевым вопросом в глобальной экономической политике. Анализ внешнеполитических и экономических рисков важен для понимания глобальных вызовов, с которыми сталкиваются государства и международные корпорации. Эти риски могут оказывать значительное влияние на мировую экономику и международные отношения [27].

Внешнеполитические риски часто связаны с международными конфликтами, политической нестабильностью и изменениями в международной

политике. Примером могут служить вооруженные конфликты, которые, по данным Института миротворческих исследований в Осло, в 2020 г. охватили более 50 стран. Такие конфликты не только приводят к гуманитарным кризисам, но и создают неопределенность в международной торговле и инвестиционной деятельности.

Экономические риски включают в себя волатильность финансовых рынков, колебания цен на сырьевые товары и изменения в мировой экономической конъюнктуре. Например, по данным Международного валютного фонда, мировой экономический рост в 2020 г. сократился на 3,5% из-за пандемии COVID-19, что стало самым сильным спадом с времен Великой депрессии [28].

Важным аспектом является также риск изменения торговой политики крупных государств, включая введение торговых санкций и защитных мер. Например, торговые войны между США и Китаем в последние годы привели к введению взаимных тарифов на сотни миллиардов долларов товаров, что повлияло на международные цепочки поставок и глобальный экономический рост.

Кроме того, риски связаны с изменениями в международном законодательстве и нормативной среде. Например, Brexit привел к изменениям в торговых отношениях между Великобританией и Европейским Союзом, что потребовало пересмотра договоренностей и стандартов в области торговли и регулирования.

В заключение, внешнеполитические и экономические риски оказывают комплексное воздействие на мировую экономику и международные отношения. Понимание и управление этими рисками требует комплексного подхода, включая мониторинг глобальных тенденций, разработку стратегий управления рисками и сотрудничество на международном уровне для смягчения потенциальных негативных последствий.

Защита прав интеллектуальной собственности и борьба с подделкой продукции являются критическими аспектами современной экономики и торговли. Нарушение прав интеллектуальной собственности и распространение подделок оказывают негативное воздействие как на экономику, так и на потребителей.

Одной из главных проблем в сфере интеллектуальной собственности является эффективность ее защиты. По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), мировые расходы на приобретение прав интеллектуальной собственности, включая патенты, товарные знаки и авторские права, составляют сотни миллиардов долларов ежегодно. Однако несмотря на значительные инвестиции, эффективная защита этих прав остается сложной задачей из-за различий в законодательстве разных стран и сложности контроля за соблюдением этих прав на международном уровне. Подделка продукции представляет собой еще одну серьезную проблему. Согласно отчету Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Европейского офиса по борьбе с мошенничеством (OLAF), подделки составляют до 2,5% мирового внешнего торгового оборота. Это не только наносит ущерб правообладателям и экономике, но также представляет

угрозу для здоровья и безопасности потребителей, особенно в случае подделки лекарств, пищевых продуктов и автомобильных компонентов [5].

Проблема подделок и нарушения прав интеллектуальной собственности усугубляется распространением цифровых технологий. Интернет и электронная коммерция облегчают распространение поддельной продукции, что затрудняет контроль и отслеживание таких товаров. Более того, цифровая среда упрощает копирование и распространение защищенных авторским правом материалов, таких как музыка, фильмы и программное обеспечение.

Для решения этих проблем требуется комплексный подход, включающий усиление международного сотрудничества в области защиты прав интеллектуальной собственности, улучшение законодательства и его исполнения, а также повышение осведомленности потребителей о рисках, связанных с покупкой подделок. Также важно развитие технологий для улучшения отслеживания и верификации подлинности продукции. Проблемы защиты прав интеллектуальной собственности и подделки продукции остаются значительными вызовами для мировой экономики. Эффективное решение этих проблем требует совместных усилий правительств.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать несколько ключевых выводов, основанных на анализе текущего состояния рынка, потенциала российского аграрного сектора и динамики азиатских рынков.

1. Растущий спрос на органическую продукцию в Азии: Анализ рыночных тенденций показывает, что в азиатских странах наблюдается устойчивый рост спроса на органическую продукцию. Это обусловлено улучшением уровня жизни, увеличением осведомленности о здоровом питании и экологических стандартах.
2. Преимущества России в производстве органических продуктов: Россия обладает значительными природными и аграрными ресурсами, которые могут быть использованы для расширения производства органических продуктов. Это включает обширные земельные угодья, благоприятный климат и наличие чистой воды.
3. Необходимость сертификации и стандартизации: Одним из ключевых аспектов повышения конкурентоспособности российской органической продукции является разработка и внедрение стандартов и сертификационных процедур, соответствующих международным требованиям. Это обеспечит доверие потребителей и упростит доступ на азиатские рынки.
4. Логистические и торговые барьеры: Эффективная логистика и минимизация торговых барьеров являются важными условиями для обеспечения конкурентоспособности на азиатском рынке. Важно развивать транспортные коридоры и оптимизировать таможенные процедуры для упрощения экспорта.

5. Маркетинговые стратегии: Адаптация маркетинговых стратегий к культурным и потребительским особенностям азиатских стран необходима для успешного продвижения российской органической продукции. Это включает исследование предпочтений потребителей, культурные аспекты и использование цифровых каналов коммуникации.
6. Инвестиции и государственная поддержка: для развития органического сектора необходимы инвестиции в исследования и разработки, а также государственная поддержка в виде субсидий и стимулирующих мер. Это поможет повысить качество и масштабы производства.

В заключение, рост конкурентоспособности российской органической продукции на азиатских рынках требует комплексного подхода, включая улучшение качества продукции, соблюдение международных стандартов, развитие логистики, адаптацию маркетинговых стратегий, а также активное государственное участие и привлечение инвестиций.

Перспективы развития экспорта российской органической продукции в страны Азии могут быть оценены с учетом текущих экономических, экологических и социальных тенденций. Рассмотрим ключевые факторы, которые могут влиять на рост конкурентоспособности в данном контексте.

1. Растущий спрос на органическую продукцию в Азии: По данным исследований рынка, в Азии наблюдается постоянный рост интереса к органическим продуктам, особенно в странах с быстро растущей экономикой, таких как Китай, Индия, Южная Корея и Япония. Это связано с улучшением уровня жизни, увеличением осведомленности о здоровом образе жизни и экологической безопасности.
2. Природные и аграрные ресурсы России: благодаря обширным земельным угодьям и благоприятным климатическим условиям Россия обладает значительным потенциалом для производства органической продукции. Разнообразие климатических зон позволяет выращивать широкий ассортимент

продуктов, что может удовлетворить спрос различных азиатских рынков.

3. Нормативное регулирование и сертификация: Важным шагом для усиления позиций на международном рынке является разработка и соблюдение международных и национальных стандартов качества и безопасности продукции. Это включает получение соответствующих сертификатов и маркировку, подтверждающую органическое происхождение продуктов.
4. Логистика и транспортная доступность: Развитие транспортных маршрутов и логистических схем, обеспечивающих эффективную доставку продукции в азиатские страны, является критически важным аспектом. Улучшение инфраструктуры и сокращение времени доставки повысят конкурентоспособность российской продукции.
5. Маркетинговые и торговые стратегии: Адаптация продукции к специфике и предпочтениям азиатских рынков, а также разработка эффективных маркетинговых стратегий, направленных на продвижение уникальности и качества российских органических продуктов, способствуют увеличению доли на этих рынках.
6. Государственная поддержка и международное сотрудничество: Роль государственной поддержки в виде субсидий, налоговых льгот и программ развития экспорта не может быть недооценена. Также важно развитие двусторонних и многосторонних соглашений, способствующих снижению торговых барьеров и упрощению экспортных процедур.

Таким образом, перспективы развития экспорта российской органической продукции в страны Азии зависят от комплексного подхода, включающего соблюдение международных стандартов, развитие инфраструктуры, стратегическое планирование маркетинга и активное государственное участие. Учитывая текущие тенденции и потенциал рынка, Россия может значительно увеличить свои позиции на азиатских рынках органической продукции.

Список использованных источников

1. А. Пахомов. Экспорт прямых инвестиций из России: очерки теории и практики. М.: Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара, 2012. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2223617>.
2. А. А. Николаева. Модели технологичного роста российской экономики: проблемы и решения // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 14(3 (360)), 427-451. <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-tehnologichnogo-rosta-rossijskoj-ekonomiki-problemy-i-resheniya>.
3. Азиатский вектор в экономической стратегии стран Центрально-Восточной Европы: монография / Отв. ред. Н. В. Куликова. М.: ИЭ РАН, 2019. 316 с.
4. Актуальные вопросы обеспечения обороноспособности и безопасности государства в новых экономических условиях / Под общей ред. В. А. Цветкова и А. А. Хачатуряна // Материалы межвузовской научно-практической конференции, 7 апреля 2022 г. Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Институт проблем рынка Российской академии наук; Москва: ИПР РАН, 2022. 372 с.
5. Л. А. Дедушева, Р. С. Терещенко, И. А. Мишин. Стратегическое управление системой агропромышленного комплекса и использование мирового опыта цивилизаций Азии // Мировые цивилизации. 2018. № 2. <https://wcj.world/PDF/04ECMZ218.pdf>.
6. А. В. Данильченко, А. А. Баканов, Е. С. Ботеновская и др. Конкурентоспособность национальной экономики Республики Беларусь в условиях современных процессов региональной экономической интеграции и интернационализации / Под ред. А. В. Данильченко. Минск : БГУ, 2016. 283 с.
7. М. М. Бутакова, О. Н. Соколова, О. А. Горнянская. Качество продовольствия как фактор обеспечения конкурентоспособности продукции АПК на национальном и мировом рынках // Экономика. Профессия. Бизнес. 2021. № 2. С. 5-12. <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-prodovolstviya-kak-faktor-obespecheniya-konkurentosposobnosti-produktsii-apk-na-natsionalnom-i-mirovom-rynkh>
8. В. Н. Борисов, О. В. Почукаева, Е. А. Балагурова и др. Оценка конкурентоспособности продукции машиностроения как совокупного эффекта динамики инновационной насыщенности инвестиций // Научные труды. Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, 2017, 15, 294-315. <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenivanie-konkurentosposobnosti-produktsii-mashinostroeniya-kak-sovokupnogo-effekta-dinamiki-innovatsionnoy-nasyschennosti>.
9. Россия и Китай: вектор развития / Под общей ред. О. А. Цепелева // Материалы международной научно-практической конференции (Благовещенск, 18-19 ноября 2019 г.). Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2019. 284 с.
10. Т. М. Алиев, И. З. Аронов, М. А. Баева и др. Рынок Китая: вопросы доступа / Под общей ред. В. Ю. Саламатова, А. Н. Спартака. М.: ИТ, 2017. 168 с.
11. Социально ориентированная модель экономического развития: опыт Германии и Беларуси // Материалы междунар. науч.-практ. конф. Минск, 18 мая 2011 г. Фонд им. Фридриха Эберта и др. Минск: ИП Логвинов, 2011. 108 с.
12. Устойчивая трансформация сельского хозяйства в северной и Центральной Азии. Рабочий документ Субрегионального отделения для Северной и Центральной Азии. https://www.unescap.org/sites/default/files/0.%20Sustainable%20agriculture%20transformation%20in%20NCA_RUS.pdf.
13. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства России — ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ. <https://vniiesh.ru/novosti/ekonomicheskij-rost-i-konkurentosposobnost-selskogo-hozyajstva-rossii>.

14. Рейтинг крупнейших производителей АПК в России: обзор 2022. Издательский дом Сорокиной. <https://sectormedia.ru/news/sobytiya-selskoe-khozyaystvo/rejting-krupneyshikh-proizvoditeley-apk-v-rossii-obzor-2022>.
15. Власти предложили создать национального дистрибьютора продовольствия. РБК (2022, 8 августа). <https://www.rbc.ru/business/08/08/2022/62ed30b69a794750d5afc799>.
16. Обзор развития сельского хозяйства России. <https://www.eurasian-research.org/publication/an-overview-of-agricultural-development-of-russia/?lang=ru>.
17. Сотрудничество между странами АСЕАН и ЕАЭС имеет большой потенциал. <https://forums.spb.com/news/news/sotrudnichestvo-mezhdu-stranami-asean-i-eaes-imeet-bolsшой-potentsial-eksperty>.
18. Правительство утвердило Стратегию развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов до 2030 г. <http://government.ru/news/46497>.
19. Д. Мигунов. Сельхоз пожинает плоды: российский АПК завершает год успешно. Известия. <https://iz.ru/1447026/dmitrii-migunov/selkhoz-pozhinaet-plody-rossiiskii-apk-zavershaet-god-uspeshno>.
20. Устойчивая трансформация сельского хозяйства в Северной и Центральной Азии. Рабочий документ Субрегионального отделения для Северной и Центральной Азии. https://www.unescap.org/sites/default/d8files/0.%20Sustainable%20agriculture%20transformation%20in%20NCA_RUS.pdf.
21. Топ 12 стран, в которых лучше всего развито сельское хозяйство. <https://svoefarmerstvo.ru/svoemedia/articles/top-10-stran-v-kotorykh-luchshe-vsego-razvito-sel-skoe-hozyajstvo>.
22. 50 крупнейших компаний АПК России. Вестник агропромышленного комплекса (20 ноября, 2020). <https://vestnikap.ru/articles/otraslevye-rejtingi/50-krupneyshikh-kompaniy-apk-rossii>.
23. Азия поддержит российских аграриев. Научно-образовательный портал IQ (2014, 29 апреля). <https://iq.hse.ru/news/177667637.html>.
24. На границе Европы и Азии. Обзор АПК Республики Башкортостан. <https://www.agroinvestor.ru/regions/article/38229-na-granitse-evropy-i-azii-obzor-apk-respubliki-bashkortostan>.
25. Экотренды ритейла Восточной и Юго-Восточной Азии. <https://www.retail.ru/articles/ekotrendy-riteyla-vostochnoy-i-yugo-vostochnoy-azii>.
26. Россия наращивает экспорт мяса в страны Азии. <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/23400-rossiya-narashchivaet-eksport-myasa-v-strany-azii>.
27. Институт аграрных исследований. <https://inagres.hse.ru>.
28. Хорошие рабочие места для инклюзивного роста в странах Центральной Азии и Южного Кавказа. Региональный отчет/Под ред. Дж. Капаннелли и Р. Канбур. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/502421/jobs-inclusive-growth-central-asia-caucasus-ru.pdf>.

References

1. A. Pakhomov. Eksport pryamykh investitsij iz Rossii: ocherki teorii i praktiki (Direct investment out of Russia: essays of the theory and practice). М.: Institute of economic policy n. a. E. T. Gaidar. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2223617>
2. A. A. Nikolaeva. Modeli tehnologichnogo rosta rossijskoj ekonomiki: problemy i resheniya//Nacional'nye interesy: priority i bezopasnost', 14(3 (360)), 427-451. <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-tehnologichnogo-rosta-rossijskoj-ekonomiki-problemy-i-resheniya>.
3. Aziatskij vektor v ekonomicheskoj strategii stran Central'no-Vostochnoj Evropy: Monografiya/Otv. red. N. V. Kulikova. М.: IE RAN, 2019. 316 s.
4. Aktual'nye voprosy obespecheniya oboronosposobnosti i bezopasnosti gosudarstva v novyh ekonomicheskikh usloviyah/Pod obshej red. V. A. Cvetkova i A. A. Hachaturyana//Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, 7 aprelya 2022 goda. Voennyj universitet imeni knyaza Aleksandra Nevskogo Ministerstva obrony Rossijskoj Federacii, Institut problem rynka Rossijskoj akademii nauk. Moskva: IPR RAN, 2022. 372 s.
5. L. A. Dedusheva, R. S. Tereshchenko, I. A. Mishin. Strategicheskoe upravlenie sistemoy agropromyshlennogo kompleksa i ispol'zovanie mirovogo opyta civilizacij Azii//Mirovye civilizacii. 2018. № 2. <https://wcj.world/PDF/04ECM218.pdf>.
6. A. V. Danil'chenko, A. A. Bakanov, T. S. Botenovskaya i dr. Konkurentosposobnost' nacional'noj ekonomiki Respubliki Belarus' v usloviyah sovremennykh processov regional'noj ekonomicheskoj integracii i internacionalizacii/Pod red. A. V. Danil'chenko. Minsk: BGU, 2016. 283 s.
7. M. M. Butakova, O. N. Sokolova, O. A. Goryaninskaya. Kachestvo prodovol'stviya kak faktor obespecheniya konkurentosposobnosti produkcii apk na nacional'nom i mirovom rynkah//Ekonomika. Professiya. Biznes. 2021. № 2. S. 5-12.
8. V. N. Borisov, O. V. Pochukaeva, E. A. Balagurova i dr. Otsenivanie konkurentosposobnosti produkcii mashinostroeniya kak sovokupnogo effekta dinamiki innovacionnoj nasyshchennosti investitsij//Nauchnye trudy. Institut narodnohozyajstvennogo prognozirovaniya RAN, 2017, 15, 294-315. <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenivanie-konkurentosposobnosti-produkcii-mashinostroeniya-kak-sovokupnogo-effekta-dinamiki-innovatsionnoj-nasyshchennosti>.
9. Rossiya i Kitaj: vektor razvitiya/Pod obshej red. O. A. Cepeleva//Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii (Blagoveshchensk, 18-19 noyabrya 2019 g.). Blagoveshchensk: Izd-vo Amurskogo gos. un-ta, 2019. 284 s.
10. T. M. Aliev, I. Z. Aronov, M. A. Baeva i dr. Rynok Kitaya: voprosy dostupa/Pod obshej red. V. Yu. Salamatova, A. N. Spartaka. М.: ITI, 2017. 168 s.
11. Social'no orientirovannaya model' ekonomicheskogo razvitiya: opyt Germanii i Belarusi//Materialy mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Minsk, 18 maya 2011g. Fond im. Fridriha Eberta i dr. Minsk: IP Logvinov, 2011. 108 s.
12. Ustojchivaya transformatsiya sel'skogo hozyajstva v severnoj i Central'noj Azii. Rabochij dokument Subregional'nogo otdeleniya dlya Severnoj i Central'noj Azii. https://www.unescap.org/sites/default/files/0.%20Sustainable%20agriculture%20transformation%20in%20NCA_RUS.pdf.
13. Ekonomicheskij rost i konkurentosposobnost' sel'skogo hozyajstva Rossii — FGBNU FNC VNIIESKH. Vniiesh.ru. <https://vniiesh.ru/novosti/ekonomicheskij-rost-i-konkurentosposobnost-selskogo-hozyajstva-rossii>.
14. Rejting krupneyshikh proizvoditeley APK v Rossii: obzor 2022. Izdatel'skiy dom Sorokinoy. <https://sectormedia.ru/news/sobytiya-selskoe-khozyaystvo/rejting-krupneyshikh-proizvoditeley-apk-v-rossii-obzor-2022>.
15. Vlasti predlozhili sodat' natsional'nogo distrib'yutora prodovol'stviya. RBK (2022, 8 avgusta). <https://www.rbc.ru/business/08/08/2022/62ed30b69a794750d5afc799>.
16. Обзор развития сельского хозяйства России. <https://www.eurasian-research.org/publication/an-overview-of-agricultural-development-of-russia/?lang=ru>.
17. Sotrudnichestvo mezhdu stranami ASEAN i YEAES imeyet bol'sшой potentsial. <https://forums.spb.com/news/news/sotrudnichestvo-mezhdu-stranami-asean-i-eaes-imeet-bolsшой-potentsial-eksperty>.
18. Pravitel'stvo utverdiло Strategiyu razvitiya agropromyshlennogo i rybkhozyaystvennogo kompleksov do 2030 g. <http://government.ru/news/46497>.
19. D. Migunov. Sel'khoz pozhinaet plody: rossiyskiy APK zavershaet god uspeshno. Izvestiya. <https://iz.ru/1447026/dmitrii-migunov/selkhoz-pozhinaet-plody-rossiiskii-apk-zavershaet-god-uspeshno>.
20. Ustoychivaya transformatsiya sel'skogo hozyajstva v Severnoj i Tsentral'noj Azii. Rabochij dokument Subregional'nogo otdeleniya dlya Severnoj i Tsentral'noj Azii. https://www.unescap.org/sites/default/d8files/0.%20Sustainable%20agriculture%20transformation%20in%20NCA_RUS.pdf.
21. Топ 12 стран, в которых лучше всего развито сельское хозяйство. <https://svoefarmerstvo.ru/svoemedia/articles/top-10-stran-v-kotorykh-luchshe-vsego-razvito-sel-skoe-hozyajstvo>.
22. 50 крупнейших компаний АПК России. Вестник агропромышленного комплекса (20 ноября, 2020). <https://vestnikap.ru/articles/otraslevye-rejtingi/50-krupneyshikh-kompaniy-apk-rossii>.
23. Азия поддержит российских аграриев. Научно-образовательный портал IQ (2014, 29 апреля). <https://iq.hse.ru/news/177667637.html>.
24. На границе Европы и Азии. Обзор АПК Республики Башкортостан. <https://www.agroinvestor.ru/regions/article/38229-na-granitse-evropy-i-azii-obzor-apk-respubliki-bashkortostan>.
25. Экотренды ритейла Восточной и Юго-Восточной Азии. <https://www.retail.ru/articles/ekotrendy-riteyla-vostochnoy-i-yugo-vostochnoy-azii>.
26. Россия наращивает экспорт мяса в страны Азии. <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/23400-rossiya-narashchivaet-eksport-myasa-v-strany-azii>.
27. Институт аграрных исследований. <https://inagres.hse.ru>.
28. Khoroshiye rabochiye mesta dlya inkluzivnogo rosta v stranakh Tsentral'noj Azii i Yuzhnogo Kavkaza. Regional'nyy otchet/Pod red. Dzh. Kapannelli i R. Kanbur. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/502421/jobs-inclusive-growth-central-asia-caucasus-ru.pdf>.