

**ГЛУБОКАЯ ПЕРЕРАБОТКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕГИОНАХ РОССИИ:
МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА И ПРОБЛЕМЫ
ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ НА АЗИАТСКИЕ РЫНКИ*****Виктор Иванович БЕЛЯЕВ^а, Марина Михайловна БУТАКОВА^б,
Ольга Анатольевна ГОРЯНИНСКАЯ^с**

^а доктор экономических наук, профессор кафедры экономики предпринимательства и маркетинга,
Алтайский государственный университет (АлтГУ),
Барнаул, Российская Федерация
belyaevvi@mail.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 8706-4254

^б кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики предпринимательства и маркетинга,
Алтайский государственный университет (АлтГУ),
Барнаул, Российская Федерация
marina.butakova.59@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6331-0258>
SPIN-код: 3912-6789

^с кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предпринимательства и маркетинга,
Алтайский государственный университет (АлтГУ),
Барнаул, Российская Федерация
olga.goryaninskaya@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7461-5989>
SPIN-код: 5076-3907

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 496/2019
Получена 22.07.2019
Получена в доработанном
виде 19.08.2019
Одобрена 16.09.2019
Доступна онлайн
15.11.2019

УДК 332.2**JEL: Q13, Q17****Ключевые слова:**

продукция глубокой
переработки,
агропромышленный
комплекс, экспорт,
маркетинг региона

Аннотация

Предмет. Основные тенденции, проблемы и перспективы развития экспорта молочной продукции Алтайского края.

Цели. Исследовать экспортный потенциал молочной отрасли Алтайского края с точки зрения освоения зарубежных рынков.

Методология. Используются методы логического, экспертного, статистического, качественного и количественного анализа, а также применен контент-анализ.

Результаты. Показано, что высокий экспортный потенциал молочного производства в Алтайском крае определяется перепроизводством продуктов глубокой переработки, поэтому экспорт продукции рассматривается как условие обеспечения устойчивого развития отрасли. Проведен анализ развития крупнейших молочных рынков. Применена методика оценки потенциальных рынков, на основе их ранжирования выявлены наиболее перспективные зарубежные рынки. Определены необходимые условия сопровождения экспорта молочной продукции.

Выводы. Молочная отрасль Алтайского края характеризуется возможностями, позволяющими наращивать объем экспорта продукции. Потенциальными зарубежными рынками сбыта молочной продукции Алтайского края являются традиционные рынки СНГ (Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Таджикистан) и перспективные рынки Китая, Монголии, Японии и Кореи.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2019

Для цитирования: Беляев В.И., Бутакова М.М., Горянинская О.А. Глубокая переработка молочной продукции в регионах России: методика оценки экспортного потенциала региона и проблемы продвижения молочных продуктов на азиатские рынки // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 11. – С. 2114 – 2132.

<https://doi.org/10.24891/re.17.11.2114>

Введение

Актуальность темы исследования определяется целью, поставленной Указом Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»¹, суть которой заключается в увеличении объема экспорта несырьевых неэнергетических товаров за счет наращивания поставок продукции агропромышленного комплекса (АПК), машиностроения, а также предоставления услуг по взаимодействию отечественных производителей и продавцов с зарубежными посредниками и потребителями. Достижение поставленной цели предполагает, как минимум, решение двух групп проблем: расширение объемов производства; продвижение товаров глубокой переработки на внешние рынки. Очевидно, что решение этих проблем предполагает анализ и оценку производственных и ресурсных возможностей российских регионов. В статье представлен анализ возможностей Алтайского края в производстве и экспорте молочных продуктов на рынки зарубежных стран.

Оценка экспортного потенциала Алтайского края в организации поставок молочных продуктов на рынки Азиатских стран

Осмыслению потенциальных возможностей национального агропромышленного комплекса, направлений развития его экспортного потенциала посвящены работы российских экономистов К.Г. Бородин и В.Д. Гончарова [1], О.И. Пантелеевой [2], С.А. Бартенева, В.А. Буренина, В.А. Орешкина, Г.А. Орловой, А.В. Скуровой и Е.В. Тарановской [3], А.В. Петрикова²,

Д.В. Суслова [4]. Проблемы развития молочной отрасли и перспективы экспорта ее продукции анализировали Э.Н. Крылатых и Е.Ю. Фролова [5]³, А.А. Дешевых, В.И. Глазко и Г.Ю. Косовский⁴, Е.В. Кремянская [6]. Тенденции развития продовольственного рынка обсуждаются в публикациях Е.Л. Золотаревой [7], А.А. Урсовой [8] и других отечественных и зарубежных авторов.

По мнению академика Э.Н. Крылатых, экспортно ориентированная модель развития молочной промышленности способствовала бы росту занятости и доходов в регионах по причине высокой трудоемкости отрасли [5]. Оценивая перспективы экспорта продукции молочной промышленности, отметим, что во многих странах она входит в потребительскую корзину населения с разным уровнем доходов, который влияет в большей степени на объем и структуру потребления, чем на сам факт потребления молочной продукции.

Алтайский край в настоящее время находится на четвертом месте по объему производства молока в России, уступая только республикам Татарстан, Башкортостан и Краснодарскому краю; в Сибирском федеральном округе край занимает первое место. В 2018 г. в Алтайском крае было произведено 1 178 тыс. т молока, что составило 3,84% от общероссийского показателя. В результате объем произведенного молока на душу населения в год (504,9 кг) не только значительно (в 2,5 раза) превышает среднероссийский показатель, но и в 1,55 раза выше рациональных норм потребления. Перепроизводство в Алтайском крае молока и молочных продуктов позволяет сделать вывод о необходимости поиска рынков их сбыта за пределами региона.

Удаленность края от наиболее емких национальных рынков европейской части страны побуждает производителей

^{*} Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РФФИ № 18-010-00593 А «Исследование глобальных цепочек создания добавленной стоимости как фактора повышения эффективности экономики региона».

¹ Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».
URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/>

² Петриков А.В. Развитие экспорта продукции российского АПК: проблемы и решения // Никоновские чтения. 2017. № 22. С. 3–4.
URL: <http://www.viapi.ru/download/2017/20171016-Niko-chte-sbor-2017.pdf>

³ Крылатых Э.Н., Фролова Е.Ю. Создание экспортного потенциала молочного комплекса России // Островские чтения. 2017. № 1. С. 55–60.

⁴ Дешевых А.А., Глазко В.И., Косовский Г.Ю. Экспортный потенциал молочной отрасли // Никоновские чтения. 2017. № 22. С. 176–177.

ориентироваться на более близкие отечественные и внешние рынки, рассматривать возможность присутствия на этих рынках в целях реализации излишков производимой молочной продукции и дальнейшего расширения молочного производства в крае. При этом следует подчеркнуть, что в крае накоплен некоторый опыт работы производителей молочных продуктов на внешних рынках. Об этом свидетельствует структура экспорта молочной продукции предприятий Алтайского края в 2018 г. по видам продукции и странам-импортерам, представленная в *табл. 1*, которая соответствует логике формирования эффективной внешнеэкономической политики, предусматривающей вывоз продукции с более высокой добавленной стоимостью (сыры, молоко и сливки сгущенные, мороженое, сливочное масло) на зарубежные рынки.

Из анализа данных *табл. 1* следует, что основными странами – импортерами молочной продукции, поставляемой из Алтайского края, в ближнем зарубежье являются Казахстан и Киргизия. Вместе с тем наблюдается увеличение экспортных поставок молочной продукции и в страны дальнего зарубежья, доля которых в 2018 г. составила 23,9%. Основными импортерами молочной продукции Алтайского края из стран дальнего зарубежья являются Китай и Монголия. Структура экспортных поставок молочной продукции в 2018 г. расширена за счет таких стран, как Беларусь, Франция, Армения. Казахстан для Алтайского края является основной страной – импортером молочной продукции; доля поставок в долларовом эквиваленте за 2016–2018 гг. составляет 69,7–79,4%, что обусловлено территориальной близостью и единой таможенной территорией. Сохранение присутствия на наиболее емких рынках Казахстана и Китая, поиск новых рынков сбыта следует оценивать не только как способ увеличения объемов продаж, но и как средство снижения рисков введения ограничительных мер в странах-партнерах.

В структуре экспортных поставок молочной продукции Алтайского края на мировой рынок лидирующие позиции по объему поставок

занимают мороженое и сыры. Доля экспорта мороженого с 11,6% в 2016 г. выросла до 23,9% в 2018 г. По товарной позиции «сыры и творог» намечилось снижение доли на 12,2% 2016–2018 гг. В общем объеме экспорта молочной продукции Алтайского края увеличилась доля таких товарных позиций, как «молочная сыворотка», «молоко и сливки сгущенные».

Анализируя перспективы увеличения экспорта молочной продукции, следует учесть, что значимым фактором являются сроки хранения готовой продукции, определяющие возможности ее поставки. Наименьшие сроки хранения характерны для молока питьевого, десертов, сывороточных и кисломолочных напитков, наибольшие – для сухих молочных продуктов, предназначенных для дальнейшей переработки, сгущенного молока и сливок, сыра и сырных продуктов, сухих молочных смесей. Предпосылкой расширения географических границ рынка и увеличения экспортного потенциала предприятий Алтайского края, выпускающих молочную продукцию, является увеличение в их ассортименте доли продукции длительного хранения, а также соответствующее изменение технологии производства продукции, применение новейших разработок ее расфасовки, упаковки и хранения. Одновременно повышается ценность продукции из натурального сырья, что позволит считать перспективным и этот высокодоходный сегмент рынка.

Изменения на рынке молочной продукции отражают общие направления развития рынка – большую ориентацию на предпочтения покупателей в различных сегментах рынка. Это находит отражение в расширении ассортимента молочной продукции: в появлении новых молочных продуктов (йогуртов, напитков, содержащих молоко, сыворотки), в углублении ассортимента, то есть в предложении большего количества продукции одного наименования, обладающей разными свойствами (йогурты с наполнителями, молоко разной степени жирности). Фактором, способствующим росту рынка молочной

продукции, становится популярность здорового образа жизни среди разных категорий населения. Результатом его влияния становится повышение потребности в натуральной экологически чистой продукции, продукции с биологически и физиологически активными веществами, с пониженной калорийностью, с лечебно-профилактическими свойствами, в продуктах со смешанным сырьевым составом, но приходится также констатировать и появление конкурирующих товаров, не содержащих молоко.

Экспортные возможности Алтайского края в отношении молочной продукции ограничиваются влиянием многих факторов, наиболее важные из которых – экономические, политические и транспортные. Географическая удаленность создает транспортные и экономические сложности при организации экспортных поставок, что приводит к снижению ценовой конкурентоспособности продукции при поставках в страны Европы. Такая ситуация определяет необходимость освоения новых перспективных рынков сбыта или наращивания объема экспорта на рынки стран, импортирующих российскую молочную продукцию.

Анализ и оценка азиатских рынков молочной продукции

Территориальная близость Алтайского края к странам азиатского региона заставляет обратить более пристальное внимание на рынки молока и молочной продукции этих стран. В целом доля стран азиатского региона составляет 27% от мирового импорта молока и молочной продукции. Анализ данных международной статистики за 2018 г. показывает, что в число десяти крупнейших импортеров на мировых рынках отдельных видов молочной продукции входят страны Азии. Импорт этих стран представлен следующей продукцией (в скобках указан код ТНВЭД):

– молоко и сливки несгущенные (0401) – Китай (6 место);

– молоко и сливки сгущенные (0402) – Китай (1 место), Филиппины (6 место), Индонезия (7 место), Объединенные Арабские Эмираты (8 место), Малайзия (9 место);

– молочная сыворотка и другие продукты из натуральных компонентов молока (0404) – Китай (3 место), Индонезия (5 место), Малайзия (10 место);

– масло сливочное (0405) – Китай (5 место);

– сыр и творог (0406) – Япония (8 место).

В табл. 2 и 3 представлена информация о динамике импорта молока и молочной продукции по основным странам азиатского региона за 2014–2018 гг. Период 2014–2018 гг. характеризуется незначительным падением объемов импорта молока в азиатском регионе и нестабильной динамикой по годам, что может затруднить проникновение новых экспортеров на наиболее емкие азиатские рынки.

Несмотря на то что Китай значительно превосходит по объемам импорта молока и молочной продукции другие страны Азии, следует обратить внимание на крупнейших импортеров азиатского региона в разрезе отдельных видов молочной продукции. Например, в числе крупнейших импортеров молока и сливок сгущенных (0402) выделяются Китай, Индонезия, Объединенные Арабские Эмираты, Малайзия, Филиппины, Вьетнам, Сингапур, Таиланд. Страны азиатского региона играют ведущую роль на рынке молочной сыворотки и других продуктов из натуральных компонентов молока (0404), то есть продукции, которая используется для дальнейшей переработки в этих странах. Их совокупная доля на мировом рынке в 2018 г. составила 36,3% мирового импорта. Крупнейшим азиатским импортером сыра и творога является Япония (28%), значительные объемы импорта характерны также для Республики Корея, Китая, Саудовской Аравии, Ливана, Объединенных Арабских Эмиратов, Филиппин и Ирака. Наименее стабилен в анализируемый период объем импорта мороженого. Его динамика в

лидирующих странах и доля отдельных лидеров подвержены изменениям (рис. 1).

Перспективы и возможные направления развития молочной отрасли в Алтайском крае

Из приведенных данных следует, что производителям молочных продуктов экономически целесообразно снижать долю сырья и товаров с низкой добавленной стоимостью в структуре экспорта за счет развития производства масла сливочного, сыров. Но решая вопрос о соотношении в структуре экспорта молочной продукции, предназначенной для дальнейшей переработки, и готовой продукции, следует учесть, что рынок этой продукции является менее стабильным, и его емкость прогнозируется сложнее. Кроме того, для законодательства некоторых стран характерно увеличение ставки таможенной пошлины по мере повышения степени переработки товара.

Наращивание объема экспорта молочной продукции глубокой переработки и географическое расширение зарубежных рынков даст мультипликативный эффект в виде отраслевого и регионального развития, характеризующегося ростом добавленной стоимости для производителей молочной продукции; повышения эффективности экономической системы региона; формирования имиджа края как региона, специализирующегося на производстве и экспорте молочной продукции.

В соответствии с поручениями правительства России и паспортами федерального и регионального проектов «Экспорт продукции АПК» к 2024 г. экспорт продукции агропромышленного комплекса РФ должен составить 45 млрд долл. США⁵. Вклад Алтайского края в общероссийский объем экспорта в 2024 г. должен составить 501 млн долл. США (увеличение в 2,7 раза по отношению к 2017 г.). Перед производителями Алтайского края стоит

задача наращивания экспортного потенциала продукции АПК и выхода на новые экспортные рынки, в том числе и молочной продукции. Под экспортным потенциалом понимается возможность производить продукцию, которая будет конкурентоспособной на международном рынке, и экспортировать ее в достаточном количестве и по установленным мировым ценам [9]. В рамках данного исследования на основе проведенного анализа международной торговли определим наиболее перспективные и экономически целесообразные рынки экспорта молочной продукции.

Оценка экспортного потенциала молочной отрасли Алтайского края и перспектив освоения зарубежных рынков

Географическая удаленность края от основных мировых рынков создает определенные трудности в экспорте молочных продуктов алтайских производителей. Аналитические данные подтверждают, что средняя контрактная стоимость молочной продукции, экспортируемой из России, выше среднемировых цен, что отражается на ценовой конкурентоспособности. Высокие транспортно-логистические затраты ограничивают экспортные возможности Алтайского края по сравнению с производителями из центральной части России.

Традиционными зарубежными рынками экспорта молочной продукции для Алтайского края являются страны ЕАЭС и СНГ – Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Узбекистан. В условиях поставленной задачи наращивания экспорта ограниченная емкость рынков данных стран определяет необходимость поиска новых перспективных рынков для экспорта продукции. Географическая локализация территории Алтайского края заставляет обратить внимание на активно развивающиеся рынки Азии. В условиях жесткой конкуренции необходимы усилия по наращиванию экспорта на наиболее емкие и перспективные рынки.

Авторами проведена оценка экспортного потенциала и перспективности зарубежных

⁵ Паспорт национального проекта (программы) «Международная кооперация и экспорт» (утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24.12.2018 № 16). URL: <https://base.garant.ru/72185934/>

рынков для экспорта молочной продукции Алтайского края на основе методики, включающей несколько этапов:

- определение возможных географических рынков экспорта молочной продукции;
- определение критериев оценки перспективности зарубежных рынков;
- ранжирование рынков в целях определения вектора экспортного потенциала региона.

Исходя из аналитической информации по зарубежным рынкам, локальных характеристик рынка и имеющихся сырьевых ресурсов, производственных возможностей молочной промышленности края, в качестве основных критериев оценки потенциальных рынков авторы обозначили следующие:

- развитие рынка (изучение тенденций развития рынка, емкости рынка, темпов роста импорта, потребления молочной продукции и других составляющих);
- условия осуществления поставок (анализ мер тарифного и нетарифного регулирования экспорта и других возможных торговых барьеров);
- транспортная доступность (оценка логистических маршрутов на основе экономической составляющей, длительности доставки и возможных технических сложностей при транспортировке).

Оценка годового прироста импорта за 2014–2018 гг. в странах, перечисленных в табл. 4, 5, позволяет сделать вывод о том, что по странам ближнего зарубежья наблюдается в основном снижение темпов роста, что обусловлено увеличением объемов производства молочной продукции в данных странах. По странам дальнего зарубежья за анализируемый период преимущественно наблюдается прирост импорта. По таким позициям, как 0401 (молоко и сливки), 0405 (сливочное масло), прирост составил от 10% до 45%. В Японии, Южной Корее и Китае увеличение объема импортных поставок обусловлено ростом среднедушевого потребления молочной продукции и снижением самообеспечения молочной

продукцией за счет собственного производства.

В условиях глобализации возрастает роль нетарифных мер и ограничений, выступающих инструментом защиты рынка и обеспечения экономической безопасности страны. В современной практике применяются лицензирование, экспорт, а также технические, санитарные и фитосанитарные, административные и другие меры, ограничивающие ввоз продукции на территорию определенных стран. В табл. 6 отражены действующие нетарифные меры в отношении молочной продукции в странах, являющихся объектом нашего исследования^{6, 7}. Как показывает практика международной торговли, более высоким уровнем нетарифной защиты характеризуются развитые страны.

Одним из ключевых направлений расширения экспорта молочной продукции для Алтайского края должен стать Китай, который является стремительно растущим рынком и крупнейшей страной – импортером молочной продукции. Алтайский край имеет конкурентные преимущества в виде сравнительно низких логистических издержек по сравнению с производителями из центральной части России. Перспективность данного рынка определяется значительной емкостью рынка и невысоким потенциалом внутреннего производства молочной продукции. Фактическое потребление молочных продуктов в КНР составляет 12 кг на душу населения в 2015 г. при целевом плановом индикаторе на 2020 г. – 36 кг⁸.

⁶ Постановление Президента Республики Узбекистан от 29.06.2018 № ПП-3818 «О мерах по дальнейшему упорядочению внешнеэкономической деятельности и совершенствованию системы таможенно-тарифного регулирования Республики Узбекистан». URL: https://nrm.uz/contentf?doc=548260_&products=1_vse_zakonodatelstvo_uzbekistana

⁷ Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 13.05.2013 «О дополнительных мерах по совершенствованию ввоза потребительских товаров в Республику Узбекистан». URL: https://nrm.uz/contentf?doc=365289_postanovlenie_kabineta_ministrov_respubliki_uzbekistan_ot_13_05_2013_g_n_127_o_dopolnitelnyh_merakh_po_sove_rshenstvovaniyu_vvoza_potrebitelskih_tovarov_v_respubliku_uzbekistan

⁸ Акканина Н.В., Романюк М.А. Развитие экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия: перспективы российских товаропроизводителей на рынке КНР. В кн.:

Рынок Китая является труднодоступным для многих товаров из ЕАЭС по причине использования инструментария для защиты внутреннего рынка сельскохозяйственной продукции и продовольствия, в том числе нетарифных инструментов⁹. В Китае длительное время действовал запрет на импорт сельскохозяйственной продукции из России. В ноябре 2018 г. подписан протокол о взаимных поставках замороженного мяса птицы и молочной продукции между Россельхознадзором и Главным таможенным управлением КНР¹⁰.

Оценка транспортно-логистических возможностей при формировании экспортной политики региона – необходимое условие выстраивания экономически выгодных международных связей (табл. 7). Экспортеры сталкиваются с огромным количеством проблем, решение большинства из которых требует вмешательства государства: это, в частности, качество подвижного состава, организация контейнерных перевозок, тарифы.

Рейтинговая оценка перспективности азиатских рынков для экспортных поставок молочной продукции глубокой переработки производителями Алтайского края

По результатам проведенного исследования на основе экспертных балльных оценок (по шкале от 1 до 5) рассчитан итоговый рейтинг стран, предложены стратегии в разрезе групп рынков. Рейтинг отражает исключительно измеряемую экономическую сторону перспективности стран для экспорта, поэтому, по мнению авторов, критерии

оценивания являются равнозначными для экспортеров (табл. 8). Традиционные рынки экспорта молочной продукции, произведенной в Алтайском крае, необходимо, несмотря на замедление развития, развивать, увеличивая долю присутствия на них за счет вытеснения продукции других российских экспортеров. Значительным преимуществом для России и стран ЕАЭС выступает общий внутренний рынок, обеспечивающий в основном свободное перемещение товаров между странами-участницами без изъятий и ограничений.

Потенциально привлекательными рынками для Алтайского края выступают Япония и Республика Корея, поэтому соответствующим государственным органам и производителям молочной продукции необходимо разработать возможные меры по налаживанию межгосударственных связей и реализации стратегии проникновения на рынок этих стран.

Таким образом, в условиях обозначенных правительством задач достижение тактических результатов должно выстраиваться на основе стратегической модели наращивания экспортного потенциала. Эта модель предусматривает применение научных подходов к обоснованию перспективных рынков и маркетинговых приемов, направленных на формирование брендов, связанных с Алтайским краем [10].

Формирование цепочек межфирменных взаимодействий при организации продвижения молочной продукции на рынки стран Азии: общие принципы и методология

Работа фирм на зарубежных рынках, как правило, связана с преодолением многих проблем. Их можно подразделить на несколько групп: в частности, на юридические, организационные, маркетинговые. Каждая из них заслуживает глубокого внимания со стороны соответствующих специалистов.

Следует заметить, что особое значение имеют проблемы, связанные с обеспечением

Сотрудничество Китая и России в рамках инициативы «Один Пояс, Один Путь». Сборник материалов международной научно-практической конференции. Харбин: Центр исследования России Харбинского инженерного университета, 2017. С. 227–233.

⁹ Анализ барьеров доступа сельскохозяйственных товаров на рынок Китая. URL: <https://tinyurl.com/y4qtw9lw>

¹⁰ О подписании протокола о взаимных поставках замороженного мяса птицы и молочной продукции между Россией и Китаем. URL: <https://rsnamur.ru/2017-09-13-04-22-56/gosudarstvennyj-veterinarnyj-nadzor-na-gosgranitse-rf-i-transporte/1095-o-podpisanii-protokola-o-vzaimnykh-postavkakh-zamorozhennogo-myasa-ptitsy-i-molochnoj-produktsii-mezhdu-rossiej-i-kitaem.html>

регулярных поставок и маркетингом на зарубежных рынках. При их решении важно учитывать следующие принципы:

- привлечение консультационных и других посреднических фирм страны-импортера на взаимовыгодной основе к продвижению продукции на рынки своей страны;
- организация эффективных форм межфирменных взаимодействий участников продвижения товара на зарубежные рынки;
- формирование отношений доверия потребителей к качеству и потребительским характеристикам предлагаемого им товара;
- формирование отношений доверия между участниками межфирменных взаимодействий по продвижению товара на зарубежные рынки;
- формирование добавленной ценности на каждой стадии производства продукта и продвижения его на зарубежный рынок.

Основным следует назвать отнюдь не первый принцип, а второй. Важно определить формы взаимодействия участников продвижения товара на зарубежный рынок. Практика бизнеса сформировала несколько таких форм: альянсы, торговые сети, цепочки поставок, цепочки создания ценностей, мастерские создания ценностей, сети создания ценностей [11].

Для продвижения продовольственных товаров на зарубежные рынки наиболее приемлемой, по мнению авторов, следует назвать цепочку создания ценностей. Автором концепции этой формы межфирменных взаимодействий является М. Портер. Им предложена структурная модель цепочки [12], которая начинается с поставок и заканчивается продажами и послепродажным обслуживанием. Авторы полагают, что при продвижении на зарубежные рынки молочных продуктов цепочка М. Портера должна быть дополнена как минимум двумя маркетинговыми звеньями. Одно из них должно быть в начале цепочки, а другое – в ее конце. Первое маркетинговое звено должно отвечать за соответствие потребительских

свойств поставляемых продуктов требованиям покупателей, что предполагает проведение постоянных маркетинговых исследований; второе – постоянно следить за динамикой отношений покупателей товара к его потребительским свойствам, ибо именно такие отношения и определяют потребительское поведение покупателей [13].

Важно отслеживать и динамику отношений зарубежных участников цепочки к иностранным поставщикам продуктов, так как их изменение может внести существенный «диссонанс» в поставки товара на зарубежные рынки, а следовательно, и в отношения потребителей к фирме-поставщику. Таким образом, отношения, отраженные в третьем и четвертом принципах, являются чрезвычайно важными, так как они обеспечивают бесперебойное обеспечение поставок и продолжительное функционирование цепочки.

Кроме того, чрезвычайно важным представляется третий принцип, в рамках которого следует обратить внимание на обеспечение качества молочной продукции в процессе производства. Для его реализации необходимы квалифицированные специалисты, способные не только осуществлять контроль процесса производства, но и моделировать параметры качества продукции, соответствующие современным требованиям потребителей на национальных и зарубежных рынках [14].

Наконец, пятый принцип должен быть направлен на добавление ценности для потребителя в каждом звене цепочки. Если потребители будут чувствовать, что предлагаемый им товар, либо прямо, либо косвенно, свидетельствует о наличии особых характеристик, они будут воспринимать это как ценность для себя и могут стать постоянными покупателями продукта. Так, одним из косвенных признаков ценности может служить реквизит «дата изготовления продукта» в сопоставлении с реквизитом «место изготовления».

Если, например, на юге Казахстана продается сметана из Алтайского края, то покупатели, зная расстояние между пунктами

производства и продажи этого продукта и обращая внимание на срок изготовления продукта, указанный на упаковке и свидетельствующий о свежести продукта, воспримут это сочетание как особого рода ценность. В формировании этой ценности задействованы несколько звеньев цепочки. Во-первых, фермеры – поставщики молока, выпасающие коров на экологически чистых лугах, где произрастают уникальные травы, придающие особый вкус молочным продуктам. Во-вторых, производители молочных продуктов, использующие передовые технологии и обеспечивающие высокое качество выпускаемых продуктов. В-третьих, транспортные компании, четкая работа которых обеспечивает сохранение свежести поставляемых продуктов. В этом заключается суть ценностного подхода в цепях межфирменных взаимодействий к формированию постоянных регулярных поставок молочной продукции на зарубежные рынки.

Заключение

Развитие регионов РФ во многом определяется глубиной переработки ресурсов, которыми они обладают. Регионы, имеющие аграрную специализацию, как, в частности, Алтайский край, должны сосредоточивать свои усилия на более глубокой переработке сельскохозяйственного сырья и продвижении готовых продуктов питания в другие регионы страны и на зарубежные рынки. Предложенная в статье методика оценки потенциальных возможностей региона в экспортной деятельности агропромышленной направленности и принципиальные положения по формированию цепей добавленной ценности для обеспечения продвижения продовольственных товаров на зарубежные рынки может быть использована в любом сельскохозяйственном регионе России. Предлагаемая методика отнюдь не является безупречной. Авторы будут признательны за конструктивные замечания и предложения.

Таблица 1

Структура экспорта молочной продукции в Алтайском крае в 2018 г.

Table 1

The structure of dairy exports of the Altai Krai in 2018

Наименование продукции (код ТНВЭД)	Страна-импортер	Стоимость, тыс. долл. США	Вес, т	Доля в стоимостном объеме, %	Доля в натуральном объеме, %
Молоко и сливки несгущенные (0401)	Казахстан	162,9	565,1	4,23	26,72
Молоко и сливки сгущенные (0402)	Казахстан	783,2	656,1	20,34	31,02
	Армения	61,9	30,4	1,61	1,44
Молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная (0404)	Казахстан	56,1	44,5	1,46	2,1
	Беларусь	13	0,9	0,34	0,04
Сливочное масло (0405)	Казахстан	135,6	39,6	3,52	1,87
Сыры и творог (0406)	Казахстан	1 536,2	443,2	39,9	20,96
	Киргизия	172,1	61,1	4,47	2,89
	Беларусь	6,2	1,7	0,16	0,08
	Таджикистан	4,9	1,7	0,13	0,08
	Франция	0,4	0	0,01	0
Мороженое (2105)	Китай	817,3	245,4	21,23	11,6
	Монголия	99,9	25,2	2,6	1,19
Итого	–	3 849,7	2 114,9	100	100

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2

Темпы роста объемов импорта молока и молочной продукции (код ТНВЭД 04). Азия, 2015–2018 гг., % к предыдущему году

Table 2

Growth rates of imports of milk and dairy products (FEACN code 04): Asia region, 2015–2018, percentage to the previous year

Импортёр	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Азиатский регион	80,46	94,84	117,06	90,9
Китай	50,9	106,46	144,17	110,48
Гонконг, Китай	93,45	102,62	91,5	108,32
Япония	88,1	91,01	117,79	109,52
Сингапур	72,12	85,44	114,8	109,98
Саудовская Аравия	82,87	89,38	100,6	55,98
Индонезия	66,34	91,3	119	102,42
Филиппины	79,07	116,04	114,12	104,59
Объединенные Арабские Эмираты	81,7	90,6	126,25	53,59
Республика Корея	87,38	93,24	130,05	103,01
Малайзия	73,82	83,05	121,67	104,91

Источник: рассчитано авторами по данным: URL: www.trademap.org/tradestat/

Source: Authoring, based on: URL: www.trademap.org/tradestat/

Таблица 3

Страны азиатского региона: основные импортеры молока и молочной продукции (код ТНВЭД 04), 2014–2018 гг.

Table 3

Asia region countries: the major importers of milk and dairy products (FEACN code 04), 2014–2018

Импортёры	Стоимость импорта, тыс. долл. США					Доля в 2018 г., %
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	
Азиатский регион, общая величина	28 989 093	23 323 229	22 119 286	25 892 168	23 535 112	100
Китай	6 490 639	3 303 432	3 516 726	5 069 954	5 601 464	23,8
Гонконг (Китай)	2 411 583	2 253 738	2 312 766	2 116 109	2 292 241	9,7
Япония	1 789 547	1 576 625	1 434 931	1 690 226	1 851 162	7,9
Сингапур	1 419 014	1 023 420	874 380	1 003 775	1 103 930	4,7
Саудовская Аравия	2 498 524	2 070 483	1 850 631	1 861 764	1 042 223	4,4
Индонезия	1 374 223	911 707	832 403	990 520	1 014 479	4,3
Филиппины	917 319	725 286	841 622	960 439	1 004 553	4,3
Объединенные Арабские Эмираты	1 943 815	1 588 084	1 438 793	1 816 500	973 444	4,1
Республика Корея	853 670	745 964	695 573	904 587	931 831	4
Малайзия	1 169 218	863 128	716 851	872 215	915 067	3,9

Источник: рассчитано авторами по данным: URL: www.trademap.org/tradestat/

Source: Authoring, based on: URL: www.trademap.org/tradestat/

Таблица 4**Показатели импорта и экспорта молочной продукции в 2018 г. Страны ближнего зарубежья****Table 4****Indicators of import and export of dairy products in 2018: CIS countries**

Код ТН ВЭД	Импорт			
	Годовой прирост импорта в 2014–2018 гг, %			
	Казахстан	Киргизия	Таджикистан	Узбекистан
0401	-16	+5	-7	+16
0402	-13	-2	-30	-21
0403	-5	-11	-5	+12
0404	-5	-37	-27	+15
0405	-9	+182	-5	-32
0406	-2	+17	-27	-2
2105	-1	+3	-22	+81

Продолжение

Код ТН ВЭД	Импорт			
	Доля в мировом импорте, %			
	Казахстан	Киргизия	Таджикистан	Узбекистан
0401	0	0	0	0
0402	0	0	0	0
0403	1	0	0	0
0404	0	0	0	0
0405	0	0	0	0
0406	0	0	0	0
2105	0	0	0	0

Продолжение

Код ТН ВЭД	Экспорт России			
	Доля в экспорте, %			
	Казахстан	Киргизия	Таджикистан	Узбекистан
0401	31	5	0	0
0402	66	1	3	1
0403	34	6	6	2
0404	45	1	1	1
0405	52	1	0	0
0406	48	3	0	2
2105	38	1	0	2

Продолжение

Код ТН ВЭД	Экспорт России			
	Эквивалентный адвалорный тариф, %			
	Казахстан	Киргизия	Таджикистан	Узбекистан
0401	0	0	0	0
0402	0	0	0	0
0403	0	0	0	0
0404	0	0	0	0
0405	0	0	0	0
0406	0	0	0	0
2105	0	0	0	0

Источник: авторская разработка по данным: URL: www.trademap.org*Source:* Authoring, based on: URL: www.trademap.org

Таблица 5**Показатели импорта и экспорта молочной продукции в 2018 г. Страны дальнего зарубежья****Table 5****Indicators of import and export of dairy products in 2018: Non-CIS countries**

Код ТН ВЭД	Импорт			
	Годовой прирост импорта в 2014–2018 гг., %			
	Китай	Монголия	Республика Корея	Япония
0401	+25	+45	+41	+13
0402	–8	–2	–6	–9
0403	+21	+11	–1	+25
0404	–2	–44	–5	–6
0405	+20	+28	+30	+10
0406	+12	+5	+2	+3
2105	+7	–7	+11	–5

Продолжение

Код ТН ВЭД	Импорт			
	Доля в мировом импорте, %			
	Китай	Монголия	Республика Корея	Япония
0401	10	0	1	0
0402	14	0	0	1
0403	1	0	0	0
0404	15	0	3	3
0405	6	0	1	1
0406	2	0	2	4
2105	2	0	1	1

Продолжение

Код ТН ВЭД	Экспорт России			
	Доля в экспорте, %			
	Китай	Монголия	Республика Корея	Япония
0401	0	0	0	0
0402	2	1	0	0
0403	0	2	0	0
0404	0	0	0	0
0405	0	1	0	0
0406	0	1	0	0
2105	9	12	0	0

Продолжение

Код ТН ВЭД	Экспорт России			
	Эквивалентный адвалорный тариф, %			
	Китай	Монголия	Республика Корея	Япония
0401	15	15	36	96
0402	10	5	167	92
0403	13	15	42	232
0404	9	15	45	211
0405	10	15	82	141
0406	12	15	36	30
2105	12	15	8	25

Источник: авторская разработка по данным: URL: www.trademap.orgSource: Authoring, based on: URL: www.trademap.org

Таблица 6**Действующие нетарифные меры в отношении молочной продукции из России****Table 6****Current non-tariff measures for dairy products from Russia**

Меры	Содержание	Коды ТН ВЭД
<i>Китай</i>		
Санитарные и фитосанитарные	Действовал запрет на ввоз молока и молочной продукции из-за неблагополучной эпизоотической ситуации в России. Запрет снят в 2019 г., в списке одобренных экспортеров молочной продукции в КНР – 10 компаний из европейской части России. Список из 23 компаний отправлен на одобрение китайской стороне. Процедура аккредитации для поставки молочной продукции займет длительное время	0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406
<i>Узбекистан</i>		
Акцизы	Установление повышенных ставок акциза на ввозимые товары	0403, 0406, 2105
Административные	Маркировка импортируемых товаров специальными контрольными идентификационными знаками	0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 2105
<i>Япония</i>		
Квотирование	Установлены высокие импортные пошлины на ввоз, в отличие от стран, получивших от Японии возможность ввоза по индивидуальным тарифным квотам	0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 2105

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 7**Оценка транспортной доступности для экспорта молочной продукции Алтайского края на зарубежные рынки****Table 7****Assessment of the transport accessibility for export of dairy products of the Altai Krai to foreign markets**

Страна	Расстояние, км	Виды перевозок
Китай	3 700	Железнодорожные перевозки через переходы на территории России (Забайкальск, Гродеково), Казахстана (требуется перегрузка из вагонов при пересечении границы из-за различной ширины железнодорожной колеи). Контейнерные перевозки морским транспортом через порты Владивосток, Находка. Автомобильные перевозки через пункты пропуска на территории Казахстана
Монголия	2 400	Железнодорожные перевозки через переход Наушки (Бурятия). Автомобильный маршрут Барнаул–Бийск–Ташанта–Цаганнуур
Республика Корея	5 700	Авиа- и комбинированные перевозки. Мультиmodalная перевозка железнодорожным транспортом до Владивостока с последующей отправкой морским транспортом. Возможен вариант доставки груза железнодорожным транспортом до Китая, а затем морем до страны назначения
Япония	7 000	
Казахстан	500	Автомобильные и железнодорожные перевозки (Алтайский край имеет общую границу с Республикой Казахстан)
Киргизия	1 800	Автомобильные, железнодорожные, мультиmodalные перевозки через территорию Казахстана. Возможны другие варианты организации логистических маршрутов
Узбекистан	2 400	
Таджикистан	2870	

Источник: авторская разработка

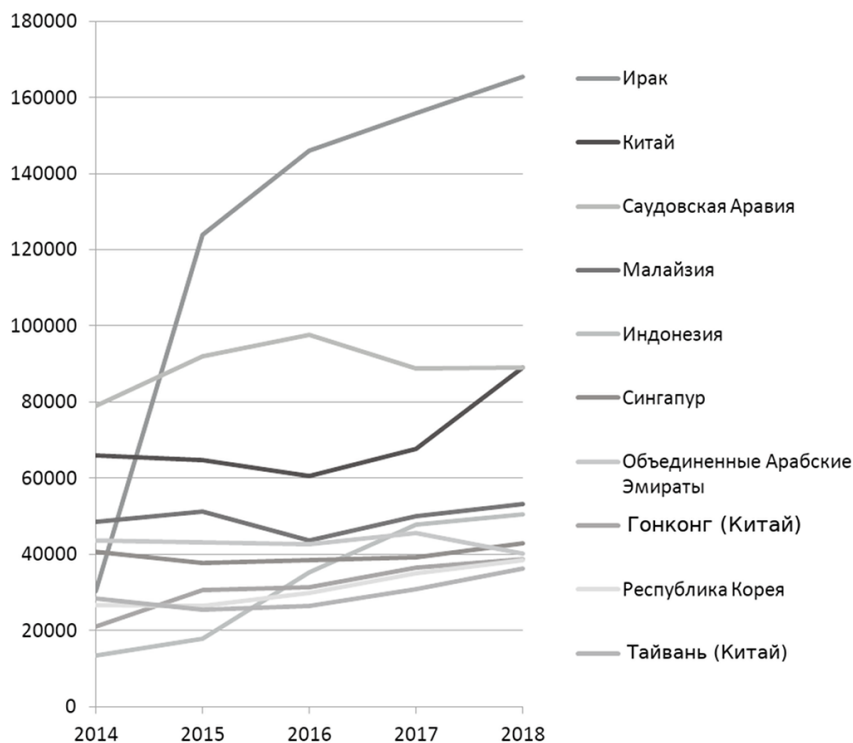
Source: Authoring

Таблица 8**Рейтинговая оценка перспективности экспортных рынков молочной продукции Алтайского края****Table 8****Rating assessment of the prospects of export markets of dairy products of the Altai Krai**

Страна	Развитие рынка	Транспортная доступность	Тарифная и нетарифная защита рынка	Итоговый показатель	Рейтинг
<i>Перспективные рынки: стратегия проникновения на рынок и стратегия развития рынка</i>					
Китай	5	5	3	13	2
Монголия	4	5	3	12	3
<i>Перспективные высококонкурентные рынки: стратегия проникновения на рынок</i>					
Япония	5	2	1	8	6
Республика Корея	5	2	2	9	5
<i>Традиционные рынки ЕАЭС и СНГ: стратегия развития рынка</i>					
Казахстан	4	5	5	14	1
Киргизия	2	4	5	11	4
Таджикистан	1	3	3	7	7
Узбекистан	2	3	2	7	7

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 1**Импорт мороженого крупнейшими импортерами Азии, 2014–2018 гг., тыс. долл. США****Figure 1****Ice cream imports by the largest importers of Asia in 2014–2018, thousand USD**

Источник: рассчитано авторами по данным: URL: https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c

Source: Authoring, based on: URL: https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c

Список литературы

1. *Бородин К.Г., Гончаров В.Д.* Оценка структурных изменений в российском экспорте продукции АПК // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2018. № 8. С. 48–69. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/4003DEB0E/\\$file/48-69.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/4003DEB0E/$file/48-69.pdf)
2. *Пантелеева О.И.* Экспорт продукции АПК: сможет ли Россия стать одним из ведущих экспортеров в мире? // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2018. Т. 13. № 3. С. 118–136. URL: <http://orel.ranepa.ru/upload/iblock/028/PanteleevaOI.pdf>
3. *Бартенев С.А., Буренин В.А., Орешкин В.А. и др.* Участие России в международной торговле продовольствием // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2018. № 10. С. 59–69. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/A003E08D1/\\$file/59-69.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/A003E08D1/$file/59-69.pdf)
4. *Сулов Д.В.* Российско-китайские экономические взаимоотношения: текущая конъюнктура // *Пространственная экономика*. 2018. № 4. С. 139–161. URL: <https://doi.org/10.14530/se.2018.4.139-161>
5. *Крылатых Э.Н., Фролова Е.Ю.* Экспортные возможности молочной отрасли Российской Федерации // *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2017. № 12. С. 8–13.
6. *Крестьянская Е.В.* Факторы и особенности формирования спроса на молоко и молочную продукцию // *Вестник Мичуринского государственного аграрного университета*. 2016. № 4. С. 117–124. URL: http://www.mgau.ru/sciense/journal/PDF_files/vestnik_4_2016.pdf
7. *Золотарева Е.Л.* Международная торговля продовольствием: тенденции, проблемы, прогнозы // *Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии*. 2018. № 4. С. 158–162. URL: <http://www.journal-kgsha.ru/data/documents/2018-04.pdf>
8. *Урсова А.А.* Анализ и оценка перспектив развития мирового рынка продовольственных товаров в современных условиях // *Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право*. 2017. № 3. С. 142–150. URL: http://donnu.ru/public/journals/files/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%94%D0%BE%D0%BD%D0%9D%D0%A3_%D0%92_2017_%E2%84%96%203.pdf
9. *Меркулова Е.Ю., Леденёва Т.И.* Влияние политики импортозамещения в продовольственной сфере на повышение экспортного потенциала РФ // *Экономинфо*. 2017. № 4. С. 65–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vliyanie-politiki-importozamescheniya-v-prodovolstvennoy-sfere-na-povyshenie-eksportnogo-potentsiala-rf>
10. *Беляев В.И., Бочаров С.Н., Горянинская О.А., Малахов Р.Г.* Маркетинг территорий: методология и методы обоснования стратегических решений развития регионов: монография. Барнаул: АлтГУ, 2015. 244 с.
11. *Руус Й., Пайк С., Фернстрём Л.* Интеллектуальный капитал: практика управления. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. 436 с.
12. *Портер М.Ю.* Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.
13. *Соломон М.Р.* Поведение потребителей: искусство и наука побеждать на рынке. М.: Диасофт, 2003. 777 с.

14. Butakova M.M., Sokolova O.N., Zaitseva N.A. et al. The Need of “Food Quality Management” Educational Program Greening in Order to Ensure Environmental and Food Safety. *Ekoloji*, 2019, vol. 28, iss. 107, pp. 4977–4980. URL: <http://ekolojidergisi.com/download/the-need-of-food-quality-management-educational-program-greening-in-order-to-ensure-environmental-7093.pdf>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

HIGH-LEVEL PROCESSING OF DAIRY PRODUCTS IN RUSSIA'S REGIONS: A METHOD OF ASSESSING THE EXPORT POTENTIAL OF THE REGION AND THE PROMOTION OF DAIRY PRODUCTS TO ASIAN MARKETS

Viktor I. BELYAEV ^a, Marina M. BUTAKOVA ^{b,*}, Ol'ga A. GORYANINSKAYA ^c

^a Altai State University (ASU), Barnaul, Altai Krai, Russian Federation
belyaevvi@mail.ru
ORCID: not available

^b Altai State University (ASU), Barnaul, Altai Krai, Russian Federation
marina.butakova.59@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6331-0258>

^c Altai State University (ASU), Barnaul, Altai Krai, Russian Federation
olga.goryaninskaya@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7461-5989>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 496/2019
Received 22 July 2019
Received in revised form
19 August 2019
Accepted 16 September 2019
Available online
15 November 2019

JEL classification: Q13, Q17

Keywords: value-added
product processing, agro-
industrial complex, export,
marketing, region

Abstract

Subject This article discusses the main trends, problems and prospects for the development of dairy exports of the Altai Krai.

Objectives The article aims to explore the export potential and assess the opportunities of the dairy industry of the Altai Krai in terms of the development of foreign markets.

Methods For the study, we used the methods of logical, expert, statistical, qualitative and quantitative analyses, and the content analysis, as well.

Results The article analyzes the largest dairy markets, assesses potential markets and, based on their ranking, it identifies the most promising foreign ones. It outlines the necessary conditions to support dairy exports.

Conclusions The dairy industry of the Altai Krai is characterized by high export opportunities allowing for the exports increase. The traditional CIS markets (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan) and promising markets of China, Mongolia, Japan and Korea are the potential foreign markets for dairy products of the Altai Krai.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2019

Please cite this article as: Belyaev V.I., Butakova M.M., Goryaninskaya O.A. High-Level Processing of Dairy Products in Russia's Regions: A Method of Assessing the Export Potential of the Region and the Promotion of Dairy Products to Asian Markets. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 11, pp. 2114–2132.
<https://doi.org/10.24891/re.17.11.2114>

Acknowledgments

The article was supported by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR), grant № 18-010-00593 A, *Exploring Global Value-Added Chains as a Factor in Improving the Efficiency of the Region's Economy*.

References

1. Borodin K.G., Goncharov V.D. [Assessment of structural changes in the Russian exports of agricultural products]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Journal*, 2018, no. 8, pp. 48–69. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/4003DEB0E/\\$file/48-69.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/4003DEB0E/$file/48-69.pdf) (In Russ.)

2. Panteleeva O.I. [Export of agricultural products: Can Russia become one of the leading exporters in the world?]. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk = Central Russian Journal of Social Sciences*, 2018, vol. 13, iss. 3, pp. 118–136.
URL: <http://orel.ranepa.ru/upload/iblock/028/PanteleevaOI.pdf> (In Russ.)
3. Bartenev S.A., Burenin V.A., Oreshkin V.A. [Russia's participation in international food trade]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Journal*, 2018, no. 10, pp. 59–69. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/A003E08D1/\\$file/59-69.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/A003E08D1/$file/59-69.pdf) (In Russ.)
4. Suslov D.V. [Russian-Chinese economic relations: current situation]. *Prostranstvennaya ekonomika = Spatial Economics*, 2018, no. 4, pp. 139–161. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.14530/se.2018.4.139-161>
5. Krylatykh E.N., Frolova E.Ya. [Export potential of dairy complex of Russia]. *Ekonomika sel'skokhozyaistvennykh i pererabatyvayushchikh predpriyatii = Economics of Agricultural and Processing Enterprises*, 2017, no. 12, pp. 8–13. (In Russ.)
6. Kremyanskaya E.V. [Factors and peculiarities of forming demand for milk and dairy products]. *Vestnik Michurinskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Bulletin of Michurinsk State Agrarian University*, 2016, no. 4, pp. 117–124.
URL: http://www.mgau.ru/sciense/journal/PDF_files/vestnik_4_2016.pdf (In Russ.)
7. Zolotareva E.L. [International trade in food: trends, problems, forecasts]. *Vestnik Kurskoi gosudarstvennoi sel'skokhozyaistvennoi akademii = Vestnik of Kursk State Agricultural Academy*, 2018, no. 4, pp. 158–162. URL: <http://www.journal-kgsha.ru/data/documents/2018-04.pdf> (In Russ.)
8. Ursova A.A. [Analysis and evaluation of prospects of the world foodstuffs' market development in modern conditions]. *Vestnik Donetskogo natsional'nogo universiteta. Seriya V. Ekonomika i pravo = Bulletin of Donetsk National University. Series C. Economics and Law*, 2017, no. 3, pp. 142–150. URL: http://donnu.ru/public/journals/files/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%94%D0%BE%D0%BD%D0%9D%D0%A3_%D0%92_2017_%E2%84%96%203.pdf (In Russ.)
9. Merkulova E.Yu., Ledeneva T.I. [Influence of the policy of import refinery in the food sphere to improve the export potential of the Russian Federation]. *Ekonominfo*, 2017, no. 4, pp. 65–69. (In Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vliyanie-politiki-importozamescheniya-v-prodovolstvennoy-sfere-na-povyshenie-eksportnogo-potentsiala-rf>
10. Belyaev V.I., Bocharov S.N., Goryaninskaya O.A., Malakhov R.G. *Marketing territorii: metodologiya i metody obosnovaniya strategicheskikh reshenii razvitiya regionov: monografiya* [Territorial marketing: a methodology and methods for justifying strategic regional development decisions: a monograph]. Barnaul, Altai State University Publ., 2015, 244 p.
11. Roos G., Pike S., Fernström L. *Intellektual'nyi kapital: praktika upravleniya* [Managing Intellectual Capital in Practice]. St. Petersburg, Vysshaya shkola menedzhmenta Publ., 2008, 436 p.
12. Porter M.E. *Mezhdunarodnaya konkurentsia: konkurentnye preimushchestva stran* [The Competitive Advantage of Nations]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 1993, 896 p.
13. Solomon M.R. *Povedenie potrebitel'ei: iskusstvo i nauka pobezhdai' na rynke* [Consumer Behavior]. Moscow, Diasoft Publ., 2003, 777 p.

14. Butakova M.M., Sokolova O.N., Zaitseva N.A. et al. The Need of “Food Quality Management” Educational Program Greening in Order to Ensure Environmental and Food Safety. *Ekoloji*, 2019, vol. 28, iss. 107, pp. 4977–4980. URL: <http://ekolojidergisi.com/download/the-need-of-food-quality-management-educational-program-greening-in-order-to-ensure-environmental-7093.pdf>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.