

## Повышение доступности сельскохозяйственной продукции для населения на основе развития цифровых сбытовых услуг

И. В. Разорвин<sup>1</sup>, Н. В. Усова<sup>1</sup>✉, М. П. Логинов<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Уральский институт управления, Екатеринбург, Россия

✉ E-mail: nata-ekb-777@yandex.ru

**Аннотация.** На современном этапе развития экономики все большую популярность и востребованность у населения приобретают цифровые сервисы, предлагающие различные товары и услуги. Для средних и малых фермерских хозяйств существуют сложности по выходу на рынок, что обусловлено объемами их производства. Для сетевых операторов и крупных объектов розничной торговли наиболее предпочтительно сотрудничество с крупными производителями агропродовольственного комплекса, которые могут обеспечить поставки своей продукции в соответствии с требуемыми объемами. В свою очередь, сотрудничество производителей с перерабатывающими предприятиями и сбытовыми посредниками приводит к повышению стоимости товара для конечного потребителя. Одним из немаловажных факторов является доступность сельскохозяйственной продукции для населения. Кроме того, в соответствии с федеральными стратегическими документами цифровые технологии должны быть внедрены во все сферы деятельности, что позволит повысить качество жизни населения и конкурентоспособность национальной экономики на международном уровне. Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 подчеркнула значимость внедрения и развития цифровых услуг и в процесс сбыта сельскохозяйственной продукции. **Целью** исследования является формирование приоритетных направлений развития цифровых сбытовых услуг сельскохозяйственной продукции для повышения доступности агропродукции для населения и расширения сбытовых возможностей для фермеров. **Методы.** В процессе исследования авторами были применены такие методы, как анализ, синтез, сравнение. **Научная новизна** исследования заключается в рассмотрении цифровых услуг по сбыту сельскохозяйственной продукции как нового и востребованного способа взаимодействия фермера и потребителя в условиях цифровой трансформации национальной экономики, пандемии COVID-19 и вынужденной самоизоляции. **Результаты.** По результатам проведенного исследования авторами выявлены тенденции и проблемы развития цифровых услуг сбыта сельскохозяйственной продукции, а также предложены рекомендации по их совершенствованию в современных условиях.

**Ключевые слова:** цифровые услуги, цифровая экономика, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, сбыт, цифровые услуги розничной торговли, синергетический эффект, конкурентоспособность, маркетинг, цифровая платформа.

**Для цитирования:** Разорвин И. В., Усова Н. В., Логинов М. П. Повышение доступности сельскохозяйственной продукции для населения на основе развития цифровых сбытовых услуг // Аграрный вестник Урала. 2020. Специальный выпуск «Экономика». С. 79–85. DOI: ...

**Дата поступления статьи:** 18.11.2020.

### Постановка проблемы (Introduction)

Агропромышленный комплекс выступает в роли крупнейшего межотраслевого комплекса, который включает в себя производство, переработку и доведение сельскохозяйственной продукции до конечного потребителя. Именно вопросы, связанные с доведением продукции до конечного потребителя, обеспеченность продовольствием и предоставление возможности сбыта своей продукции малым и средним агропредприятиям, а также фермерским хозяйствам являются наиболее актуальными в современных условиях.

На современном этапе экономических отношений на рынке присутствуют как крупные, так и средние производители сельскохозяйственной продукции, а также небольшие фермерские хозяйства. У каждого из участников рынка возможности сбыта своей продукции различны,

что подчеркивает актуальность и востребованность совершенствования сбытовой системы и повышения доступности сельхозпродукции для потребителя.

Необходимость изменения системы сбыта в агропромышленном комплексе усилилась в период пандемии и последующего кризиса в национальной экономике. Введение режима самоизоляции, снижение доходов населения, увеличение безработицы стали в определенной степени текущими факторами трансформации системы сбыта сельскохозяйственной продукции. Достижение стратегических задач по переходу к цифровой экономике и повышению конкурентоспособности национального агропромышленного комплекса невозможно без внедрения прогрессивных технологий сбыта с использованием возможностей цифрового пространства.

**Методология и методы исследования (Methods)**

В процессе исследования авторами были применены такие методы, как анализ, синтез и сравнение с целью формирования приоритетных направлений развития цифровых сбытовых услуг сельскохозяйственной продукции как нового и востребованного способа взаимодействия фермера и потребителя в условиях цифровой трансформации национальной экономики, пандемии COVID-19 и вынужденной самоизоляции.

**Результаты (Results)**

В процессе проведения исследования авторами был изучен определенный массив научных трудов, посвященных вопросам цифровой трансформации национальной экономики в целом и сельского хозяйства как одного из структурных элементов, развитию экономики в условиях пандемии и цифровым услугам.

Рассмотрение данных направлений обусловлено актуальностью каждого из направлений, которые в результате дают синергетический эффект по совершенствованию системы сбыта сельскохозяйственной продукции с учетом приоритетных стратегических направлений развития и инновационных бизнес-моделей, обладающих рядом преимуществ в сравнении с традиционными подходами к осуществлению сбытовой деятельности.

Вопросы цифровизации сельского хозяйства и государственного регулирования АПК России нашли отражение в трудах Е. П. Афанасьевой [1], В. Е. Афониной [2], А. В. Щуцкой [1], Н. В. Горшковой [4], Е. В. Доржиевой [3], Е. Л. Дугиной [3], Д. А. Логиновой [5], А. С. Рулева [4], В. Е. Сактоева [3], Н. М. Светлова [5], Е. А. Скворцова [6], Е. А. Шкарупы [4], Р. Г. Янбых [5].

Так, В. Е. Афонина придерживается точки зрения, что цифровизация является ключевым фактором, позволяющим повысить уровень конкурентоспособности отечественной агропродовольственной продукции. Причем цифровые процессы должны затронуть все сферы деятельности, в том числе и сбыт сельскохозяйственной продукции [2].

Е. П. Афанасьева и А. В. Щуцкая также придерживаются точки зрения, что необходимо активно внедрять цифровые технологии в сельское хозяйство, подтверждая это востребованностью цифровых технологий при производстве и сбыте сельскохозяйственной продукции на мировом уровне [1].

Е. Л. Дугина, В. Е. Сактоев и Е. В. Доржиева рассмотрели уровень развития и перспективы применения современных технологий в агропродовольственной сфере [3]. По результатам исследования было выявлено, что для регионального продовольственного рынка характерны высокая степень концентрации и низкий уровень самообеспеченности региона продукцией местных сельхозпроизводителей. При этом в структуре производства региональной сельскохозяйственной продукции доминирует малый агробизнес, существенной проблемой для которого стало отсутствие налаженных каналов сбыта. Создание открытых цифровых платформ, например, в сферах переработки, торговли и консалтинга позволило бы фермерским хозяйствам выйти на рынок, минуя посредников и приобретая лояльных потребителей, включиться в систему

межрегиональных агропродовольственных взаимосвязей и получить синергетический эффект от взаимодействия с представителями смежных отраслей.

Влияние пандемии на развитие национальной экономики и формирование цифровой экономики являлось предметом исследования в трудах Г. В. Колодко [7], Т. С. Колмыковой [11], П. И. Медведева [9], А. А. Нерсесян [8], Е. С. Несенюк [11], Т. А. Нормова [8], Г. Г. Романова [9], А. В. Стародубцева [8], К. Ю. Халамеевой [11] и Т. В. Цветикова [10].

Т. С. Колмыкова, Е. С. Несенюк, К. Ю. Халамеева [11] представили оценку уровня цифровизации национальной экономики в сравнении китайским, американским, японским и другими. Причем развитие цифровой экономики рассматривается в свете смены технологических укладов.

Вопросы цифровизации розничной торговли и развития цифровых услуг были рассмотрены в трудах А. Н. Далаковой [12], Д. С. Камоловой [15], А. К. Кочиевой [12], М. П. Логинова [13], Е. С. Нестеренко [14], М. А. Николаевой [15], Я. Э. Пиле [16] и Н. В. Усовой [13].

В частности, обосновывается актуальность и востребованность развития онлайн-торговли, а также необходимость формирования и развития рынка цифровых услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики. В современных условиях именно цифровые услуги становятся ключевыми и определяют наиболее конкурентоспособные бизнес-модели, которые будут востребованы в ближайшей перспективе.

С учетом влияния цифровых процессов как на международном, так и на национальном уровне, а также необходимости совершенствования системы сбыта сельскохозяйственной продукции авторами были рассмотрены возможности внедрения и развития цифровых сбытовых услуг, представляющих наиболее востребованный способ взаимодействия производителя и потребителя сельскохозяйственной продукции, нивелирующий влияние территориального фактора в процессе их взаимодействия.

Глобальные тренды развития, специфика развития конкретной сферы деятельности и особенности поведения потребителей оказывают влияние на конкурентоспособность национальной экономики на мировой арене.

В целом за период 2014–2019 гг. наблюдается постоянный рост доли продаж через сеть Интернет в общем обороте розничной торговли Российской Федерации (рис. 1).

Как видно на рис. 1, доля интернет-торговли демонстрирует ежегодный прирост, что также является подтверждением востребованности цифровых технологий у населения в вопросах приобретения различных товаров и услуг.

Отметим, что розничная торговля выступает в качестве элемента сбытовой сети и также подвержена трансформации в условиях цифровой экономики. В рамках данного исследования цифровые сбытовые услуги входят в состав цифровых услуг розничной торговли, но при этом они не тождественны.

По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций, в 2019 году общий объем сегмента электронной коммерции составил 4172,8 млрд рублей, из которых онлайн-ритейл – 1295 млрд рублей, а рынок услуг в интернете – 808,7 млрд рублей [18].

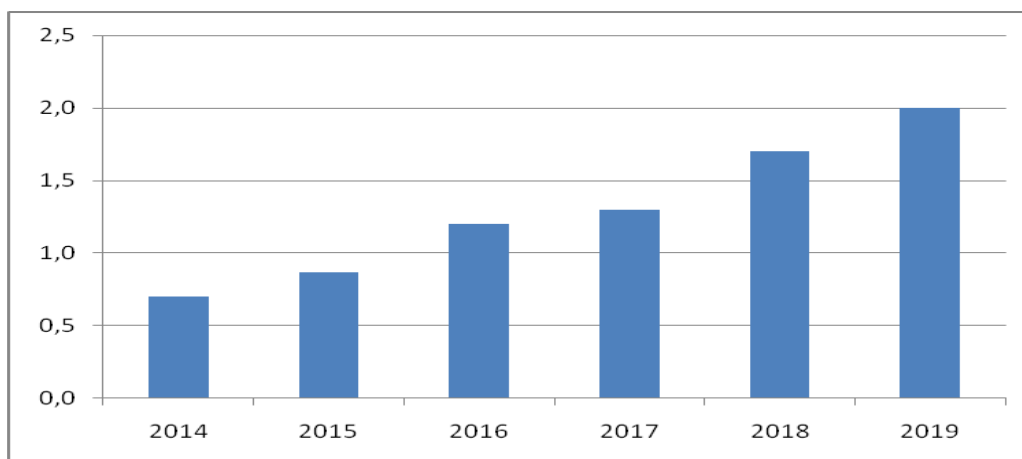


Рис. 1. Динамика доли продаж через сеть Интернет в общем обороте розничной торговли Российской Федерации (в фактически действовавших ценах; в процентах). Составлено по [17]

В дальнейшем цифровая торговля будет развиваться и найдут свое применение такие инструменты взаимодействия с потребителем, как робототехника и искусственный интеллект. По нашему мнению, этап цифровой розничной торговли будет развиваться в дальнейшем за счет активного расширения используемого инструментария и все большей цифровизации предлагаемых товаров и услуг на рынке.

Важным фактором конкурентоспособности агропредприятия становится возможность предоставления своей продукции не только соответствующего качества, но и в определенные временные рамки.

Совершенствование системы сбыта сельскохозяйственной продукции строится не только на активизации онлайн-торговли, но и на совершенствовании сбытовых услуг, формировании цифровых экосистем, направленных на производство и сбыт продукции агропромышленного комплекса.

И здесь актуальность приобретают не только внедрение цифровых технологий в процесс производства сельскохозяйственной продукции или взаимодействия между участниками агрорынка, но и сокращение времени на сбыт сельскохозяйственной продукции конечным потребителям.

Для многих фермерских хозяйств и средних агропредприятий ключевым вопросом становится организация сбыта своей продукции, доведение ее до конечного потребителя. В связи с этим, по мнению авторов, наиболее востребованным способом взаимодействия производителей и потребителей сельскохозяйственной продукции в условиях цифровой экономики являются маркетплейсы.

Под маркетплейсом в АПК авторы понимают торговую площадку в сети Интернет, представляющую собой место встречи и взаимодействия производителя и потребителя сельскохозяйственной продукции.

Специфика маркетплейса заключается в том, что на одной цифровой площадке представлено сразу множество вендоров.

Отметим, что «в 2018 году крупнейшие инвестиции пришились на электронную торговлю и маркетплейсы – суммарные вложения составили 9,2 млрд долларов, что

демонстрирует переход мирового АПК из офлайна в онлайн» [19].

На современном этапе развития существуют четыре базовые модели маркетплейса, но, по мнению авторов, для сбыта сельскохозяйственной продукции наилучшим образом подойдет смешанная модель B2C и C2C. Авторы основываются на том, что на маркетплейсе данной модели будет возможность представить свою продукцию не только средним и малым сельскохозяйственным организациям и фермерским хозяйствам, но и индивидуальным производителям сельскохозяйственной продукции, которые продают излишки своей продукции эпизодически.

Ключевыми драйверами развития цифровых сбытовых услуг можно назвать глобализацию и интеграцию экономических процессов; цифровую трансформацию, обусловленную переходом к новому технологическому укладу; наличие кризисных явлений в экономике, вызванных различными причинами, необходимость обеспечения сбыта продукции в достаточно короткие сроки без снижения ее качества.

В целом важно отметить, что в Российской Федерации к глобальным трендам относятся пандемия и активное развитие цифровых рынков, а на национальном уровне существенное влияние оказывают менталитет населения, покупательское поведение потребителей и приоритетные направления развития национальной экономики, закрепленные в стратегических и программных документах.

Все это стало катализаторами формирования и дальнейшего развития цифровых сбытовых услуг агропромышленного комплекса.

Под цифровыми сбытовыми услугами авторы понимают совокупность экономических отношений, возникающих в процессе цифрового взаимодействия между продавцом и покупателем товаров на цифровых платформах либо на официальном сайте интернет-магазина производителя по вопросу приобретения продукции с целью удовлетворения своих нужд и потребностей в процессе их потребления.

Отметим, что для потребителя возможность приобретения товаров и услуг в сети Интернет становится ключевым фактором обеспечения комфортной жизни в условиях самоизоляции.

В свою очередь, для фермеров переход в сеть Интернет и развитие цифровой торговли позволяют не только обеспечить определенный объем сбыта, но и повысить уровень своей конкурентоспособности.

Таким образом, услуги розничной торговли трансформируются из офлайн-формата в онлайн, что приводит к сокращению длины сбытового канала и возникновению цифровых сбытовых услуг продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации.

По мнению авторов, в условиях цифровой экономики для успешной деятельности предприятий агропромышленного комплекса особую значимость приобретают вопросы наличия компании в интернет-пространстве, их присутствие не только на сайтах интернет-магазинов, но и представленность на маркетплейсах для конечных потребителей. В условиях цифровой экономики успешность агропредприятия зависит не только от качества предоставляемой продукции, но и от инновационной деятельности. Именно инновации становятся синонимом успешности для бизнеса, и отказ от инновационного пути выступает в качестве дестабилизирующего фактора, приводящего к снижению экономической эффективности и возникновению кризисных ситуаций на предприятии.

Еще одним драйвером развития цифровых сбытовых услуг выступает специфика самого потребителя. Так, для большинства потребителей, которые сейчас являются платежеспособными либо перейдут в данную категорию в ближайшие годы, важными являются мобильность, доступность информации, а поиск информации и приобретение различных товаров и услуг у них перенесены в цифровое пространство.

Кроме того, необходимость развития системы маркетплейсов на национальном агрорынке подчеркивают данные исследования РАЭК, в котором говорится, что «россияне быстрее других меняют свои потребительские предпочтения и легче переходят к использованию цифровых технологий» [18]. В частности, авторы исследования приводят такие факты, что банковскими приложениями стали чаще пользоваться 85 % респондентов, а совершать покупки онлайн – 90 % респондентов.

Отметим, что развитие цифровых сбытовых услуг агропродукции затрудняют следующие факторы.

Во-первых, отсутствие достаточного количества маркетплейсов, на которых могут представить свою продукцию как небольшие фермерские хозяйства, так и достаточно крупные агрокомплексы.

Во-вторых, наличие у потребителей сомнений в качестве приобретаемого товара через сеть Интернет.

В-третьих, наличие определенных страхов у потенциального клиента интернет-магазина относительно того, что непонятно, к кому обращаться в случае проблем при приобретении товара и сложностей, связанных с возвратом товара.

В-четвертых, определенный консерватизм относительно выбора в пользу традиционного предоставления услуг.

При этом актуальность и целесообразность развития цифровых технологий сбыта продукции подтверждается тем, что доля интернет-торговли по итогам 2020 года может достигнуть 10 % оборота ритейла за счет увеличения онлайн-продаж у традиционной розницы [20].

Также значимость и востребованность цифровых сбытовых услуг агропродукции подчеркивают следующие факты.

Во-первых, 76 % респондентов имеют аккаунт в финансовом институте и 40 % пользователей совершают онлайн-покупки.

Во-вторых, осуществляют поиск товаров и услуг в сети Интернет с целью дальнейшего приобретения 81 % пользователей, а 82 % посещают интернет-магазины.

В-третьих, 77 % от общего числа домохозяйств в России имеют доступ к сети Интернет, а 65 % взрослого населения используют средства мобильной связи для выхода в сеть Интернет вне дома либо работы [21].

Таким образом, можно сделать вывод, что в ближайшей перспективе наиболее востребованным направлением развития агропромышленного комплекса станут цифровые сбытовые услуги.

### Обсуждение и выводы (Discussion and Conclusion)

По результатам исследования авторы пришли к следующим выводам.

Мировые тренды по цифровизации экономики, вопросы повышения конкурентоспособности национальной экономики и улучшение качества жизни населения Российской Федерации стали основными предпосылками цифровой трансформации агропромышленного сектора национальной экономики. В 2020 году катализатором цифровых процессов стала пандемия коронавирусной инфекции COVID-19.

Можно с уверенностью утверждать, что мир не вернется к прежней модели взаимодействия участников рынка. Таким образом, в условиях цифровой трансформации национальной экономики и необходимости развития и поддержки фермерских хозяйств целесообразно развитие маркетплейсов как на федеральном, так и на региональном уровне, что позволит фермерским хозяйствам осуществлять сбыт сельскохозяйственной продукции вне зависимости от территориального расположения и размеров агропредприятия.

При этом маркетплейсы обладают рядом достоинств. В частности, разнообразие предложений продукции для потребителя, стимулирование повышения конкурентоспособности вендоров, обеспечение безопасности и легальности сделки при приобретении сельскохозяйственной продукции, сокращение временных затрат на процесс адаптации к новым рыночным условиям, а также сокращение затрат на выстраивание и поддержание сбытовой сети, как при открытии офлайн-магазина либо интернет-магазина.

Кроме того, внедрение таких цифровых услуг повысит уровень инновационной и инвестиционной активности в национальной экономике, а также будут проведены автоматизация и стандартизация процессов предоставления цифровых услуг, что позволит осуществить географическую экспансию участников рынка в регионы и приведет к повышению уровня качества жизни населения.

Еще одним немаловажным фактором является снижение уровня цифрового неравенства и формирование единого цифрового пространства, которое позволит объединить производителя и потребителя цифровой услуги в реальном времени и скоординировать деятельность каждого из участников рынка.

Развитие цифровых технологий позволит получить не только количественные, но и качественные изменения в составе участников рынка. На рынке будут представлены не только крупные агрокомплексы, но и небольшие фермерские хозяйства, которые не соответствуют требованиям сетевых операторов по объемам производимой продукции.

Таким образом, можно утверждать, что дальнейшее функционирование системы сбыта в агропромышленном комплексе Российской Федерации будет основано на активном внедрении и развитии маркетплейсов и цифровых экосистем как наиболее соответствующих современным реалиям.

#### Библиографический список

1. Афанасьева Е. П., Щуцкая А. В. Цифровизация сельского хозяйства как драйвер экономического роста // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2019. № 5 (175). С. 34–40.
2. Афонина В. Е. Развитие цифровой экономики в АПК как фактор повышения конкурентоспособности отечественной агропродовольственной продукции // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 1. С. 5–10.
3. Дугина Е. Л., Сактоев В. Е., Доржиева Е. В. Роль современных технологий в развитии регионального продовольственного рынка // Вестник Забайкальского государственного университета. 2020. Т. 26. № 8. С. 112–121.
4. Горшкова Н. В., Шкарупа Е. А., Рулев А. С. Роль государства в развитии сельского хозяйства // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2020. Т. 22. № 2. С. 171–181.
5. Светлов Н. М., Янбых Р. Г., Логинова Д. А. О неоднородности эффектов господдержки сельского хозяйства // Вопросы экономики. 2019. № 4. С. 59–73.
6. Скворцов Е. А. Перспективы применения технологий искусственного интеллекта в сельском хозяйстве региона // Экономика региона. 2020. Т. 16. № 2. С. 563–576.
7. Колодко Г. В. Последствия. Экономика и политика в постпандемическом мире // Вопросы экономики. 2020. № 5. С. 25–44.
8. Нормова Т. А., Стародубцева А. В., Нерсесьян А. А. Влияние COVID-19 на экономику России и меры борьбы с ним // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 30 (4). С. 129–131.
9. Романова Г. Г., Медведева П. И. Состояние различных сфер экономики в период всемирной пандемии // Актуальные вопросы современной экономики. 2020. № 5. С. 219–227.
10. Цветикова Т. В. Состояние экономики в условиях пандемии COVID-19 // COVID-19 и современное общество: социально-экономические последствия и новые вызовы: сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 31–34.
11. Колмыкова Т. С., Несенюк Е. С., Халамеева К. Ю. Развитие цифровой экономики при переходе к шестому технологическому укладу // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. Т. 9. № 1 (30). С. 57–64.
12. Кочиева А. К., Далакова А. Н. Особенности развития онлайн-торговли в России // Экономика устойчивого развития. 2019. № 2 (38). С. 54–57.
13. Логинов М. П., Усова Н. В. Формирование и развитие потенциала рынка цифровых услуг [Электронный ресурс] // e-FORUM. 2020. № 2 (11). URL: <http://eforum-journal.ru/ru/vypuski-2020?id=251> (дата обращения: 15.11.2020).
14. Нестеренко Е. С. Цифровая услуга как драйвер социально-экономического развития Российской Федерации // Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике: материалы Всероссийской научной конференции. Симферополь, 2019. С. 96–100.
15. Николаева М. А., Камолова Д. С. Сравнительная характеристика электронной и традиционной розничной торговли // Торгово-экономический журнал. 2017. Т. 4. № 2. С. 81–90.
16. Пиле Я. Э. Цифровая экономика: точки роста интернет-торговли // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 2А. С. 126–135.
17. Технологическое развитие отраслей экономики [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/folder/11189> (дата обращения: 04.07.2020).
18. Исследование РАЭК: Экономика Рунета в эпоху COVID-19 – растем и трансформируемся [Электронный ресурс] // Российская ассоциация электронных коммуникаций. URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11580/> (дата обращения: 08.07.2020).
19. Цифровизация АПК. Модный «хайп» или реальный бизнес-инструмент для отрасли [Электронный ресурс] // Агроинвестор. URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/33646-tsfrovizatsiya-apk-modnyy-khayp-ili-realnyy-biznes-instrument-dlya-otrasli/> (дата обращения: 16.11.2020).
20. Глава АКИТ: доля рынка интернет-торговли в 2020 году может вырасти до 10 % [Электронный ресурс] // АКИТ. URL: [https://www.akit.ru/akit\\_head\\_market-opinion/](https://www.akit.ru/akit_head_market-opinion/) (дата обращения: 04.07.2020).
21. Цифровая экономика: 2020 [Электронный ресурс] // ICT.Moscow. URL: <https://ict.moscow/research/tsifrovaia-ekonomika-2020/> (дата обращения: 02.01.2020).

#### Об авторах:

Иван Васильевич Разорвин<sup>1</sup>, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления, ORCID 0000-0002-4516-4960, AuthorID 418347; +7 (343) 251-74-59, [razorvin.ivan@yandex.ru](mailto:razorvin.ivan@yandex.ru)

Наталья Витальевна Усова<sup>1</sup>, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, ORCID 0000-0002-7575-6078, AuthorID 674520; +7 (343) 251-74-59, [nata-ekb-777@yandex.ru](mailto:nata-ekb-777@yandex.ru)

Михаил Павлович Логинов<sup>1</sup>, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления, ORCID 0000-0003-0831-3004, AuthorID 369612; +7 (343) 251-74-59, [port-all@mail.ru](mailto:port-all@mail.ru)

<sup>1</sup> Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Уральский институт управления, Екатеринбург, Россия

## Increasing the availability of agricultural products for the population through the development of digital marketing services

I. V. Razorvin<sup>1</sup>, N. V. Usova<sup>1</sup>✉, M. P. Loginov<sup>1</sup>

<sup>1</sup> The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Ural Institute of Management, Ekaterinburg, Russia

✉ E-mail: [nata-ekb-777@yandex.ru](mailto:nata-ekb-777@yandex.ru)

**Abstract.** At the present stage of development, digital services offering various goods and services are becoming increasingly popular and in demand among the population. For medium and small farms, there are difficulties in entering the market, due to the volume of their production. For network operators and large retail facilities, it is most preferable to cooperate with large producers of the agri-food complex, which can ensure the supply of their products in accordance with the required volumes. In turn, the cooperation of producers with processing enterprises and sales intermediaries leads to an increase in the cost of goods for the end user. One of the important factors is the availability of agricultural products for the population. In addition, in accordance with Federal strategic documents, digital technologies should be implemented in all areas of activity, which will improve the quality of life of the population and the competitiveness of the national economy at the international level. The COVID-19 coronavirus pandemic highlighted the importance of introducing and developing digital services in the marketing of agricultural products. **The purpose** of the study is to form priority directions for the development of digital marketing services for agricultural products to increase the availability of agricultural products for the population and expand marketing opportunities for farmers. **Methods.** During the research, the authors used such methods as analysis, synthesis, and comparison. **The scientific novelty** of the study is to consider digital services for the sale of agricultural products as a new and popular way of interaction between farmers and consumers in the context of digital transformation of the national economy, the COVID-19 pandemic and forced self-isolation. **Results.** Based on the results of the study, the authors identified trends and problems in the development of digital services for the sale of agricultural products, as well as recommendations for their improvement in modern conditions.

**Keywords:** digital services, digital economy, agro-industrial complex, agriculture, sales, digital retail services, synergy effect, competitiveness, marketplace, digital platform.

**For citation:** Razorvin I. V., Usova N. V., Loginov M. P. Povysheniye dostupnosti sel'skokhozyaystvennoy produktsii dlya naseleniya na osnove razvitiya tsifrovyykh sbytovykh uslug [Increasing the availability of agricultural products for the population through the development of digital marketing services] // Agrarian Bulletin of the Urals. 2021. Special issue "Economics". Pp. 79–85. DOI: ... (In Russian.)

**Paper submitted:** 18.11.2020.

### References

1. Afanas'yeva E. P., Shchutskaya A. V. Tsifrovizatsiya sel'skogo khozyaystva kak drayver ekonomicheskogo rosta [Digitalization of agriculture as a driver of economic growth] // Vestnik of Samara State University of Economics. 2019. No. 5 (175). Pp. 34–40. (In Russian.)
2. Afonina V. E. Razvitiye tsifrovoy ekonomiki v APK kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti otechestvennoy agroprodovol'stvennoy produktsii [Development of the digital economy in the agro-industrial complex as a factor of increasing the competitiveness of domestic agri-food products] // Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava. 2019. No. 1. Pp. 5–10. (In Russian.)
3. Dugina E. L., Saktoyev V. E., Dorzhiyeva E. V. Rol' sovremennykh tekhnologiy v razvitii regional'nogo prodovol'stvennogo rynka [Role of modern technologies in the development of regional food market] // Vestnik Zabaykal'skogo gosudarstvennogo universiteta. 2020. T. 26. No. 8. Pp. 112–121. (In Russian.)
4. Gorshkova N. V., Shkarupa E. A., Rulev A. S. Rol' gosudarstva v razvitii sel'skogo khozyaystva [Role of the state in agricultural development] // Journal of Volgograd State University. Economics. 2020. T. 22. No. 2. Pp. 171–181. (In Russian.)

5. Svetlov N. M., Yanbykh R. G., Loginova D. A. O neodnorodnosti effektov gospodderzhki sel'skogo khozyaystva [On the diversity of the effects of the state support for agriculture] // *Voprosy Ekonomiki*. 2019. No. 4. Pp. 59–73. (In Russian.)
6. Skvortsov E. A. Perspektivy primeneniya tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v sel'skom khozyaystve regiona [Prospects of applying artificial intelligence technologies in the regional agriculture] // *Economy of Region*. 2020. T. 16. No. 2. Pp. 563–576. (In Russian.)
7. Kolodko G.V. Posledstviya. Ekonomika i politika v postpandemicheskom mire [After. Economics and politics of the post-pandemic world] // *Voprosy Ekonomiki*. 2020. No. 5. Pp. 25–44. (In Russian.)
8. Normova T. A., Starodubtseva A. V., Nerses'yan A.A. Vliyaniye COVID-19 na ekonomiku Rossii i mery bor'by s nim [Impact of covid-19 on the russian economy and measures to combat it] // *Natural humanitarian studies*. 2020. No. 30 (4). Pp. 129–131. (In Russian.)
9. Romanova G. G., Medvedeva P. I. Sostoyaniye razlichnykh sfer ekonomiki v period vseмирnoy pandemii [The state of various sectors of the economy during the global pandemic] // *Topical issues of the modern economy*. 2020. No. 5. Pp. 219–227. (In Russian.)
10. Tsvetikova T. V. Sostoyaniye ekonomiki v usloviyakh pandemii COVID-19 [State of the economy in the context of the COVID-19 pandemic] // *COVID-19 i sovremennoye obshchestvo: sotsial'no-ekonomicheskkiye posledstviya i novyye vyzovy*. Sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Penza, 2020. Pp. 31–34. (In Russian.)
11. Kolmykova T. S., Nesenjuk E. S., Khalameyeva K. Yu. Razvitiye tsifrovoy ekonomiki pri perekhode k shestomu tekhnologicheskomu ukladu [Development of the digital economy in transition to sixth technological storage] // *Proceedings of South-West State University. Series Economy. Sociology. Management*. 2019. T. 9. No. 1 (30). Pp. 57–64. (In Russian.)
12. Kochiyeva A. K., Dalakova A. N. Osobennosti razvitiya onlayn-torgovli v Rossii [Specificities of e-commerce development in Russia] // *Economics of sustainable development*. 2019. No. 2 (38). Pp. 54–57. (In Russian.)
13. Loginov M. P., Usova N. V. Formirovaniye i razvitiye potentsiala rynka tsifrovyykh uslug [Building and developing potential of digital services market] [e-resource] // *e-FORUM*. 2020. No. 2 (11). URL: <http://eforum-journal.ru/ru/vypuski-2020?id=251> (appeal date: 15.11.2020). (In Russian.)
14. Nesterenko E.C. Tsifrovaya ushuga kak drayver sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii [Digital service as the driver of social and economic development of the Russian Federation] // *Sotsial'no-ekonomicheskkiye predposylki i rezul'taty razvitiya novykh tekhnologiy v sovremennoy ekonomike: materialy Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii*. Simferopol: Izd-vo Arial. 2019. Pp. 96–100. (In Russian.)
15. Nikolayeva M. A., Kamolova D. S. Sravnitel'naya kharakteristika elektronnoy i traditsionnoy roznichnoy trgovli [Comparative characteristics of electronic and traditional retail trade] // *Torgovo-ekonomicheskiiy zhurnal*. 2017. T. 4. No. 2. Pp. 81–90. (In Russian.)
16. Pile Ya. E. Tsifrovaya ekonomika: tochki rosta internet-torgovli [Digital economy: growing points of online commerce] // *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*. 2019. Tom 9. No. 2A. Pp. 126–135. (In Russian.)
17. Tekhnologicheskoye razvitiye otrasley ekonomiki [Technological development of economic sectors] [e-resource] // *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki*. URL: <https://www.gks.ru/folder/11189> (appeal date: 04.07.2020). (In Russian.)
18. Issledovaniye RAEK: Ekonomika Runeta v epokhu COVID-19 – rastem i transformiruyemysya [The study RAEC: Runet economy in the era of COVID-19-growing and transforming] [e-resource] // *Rossiyskaya assotsiatsiya elektronnykh kommunikatsiy*. URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11580/> (appeal date: 08.07.2020). (In Russian.)
19. Tsifrovizatsiya APK. Modnyy “khayp” ili real'nyy biznes-instrument dlya otrasli [Digitalization of the agro-industrial complex. Fashionable “hype” or a real business tool for the industry] [e-resource] // *Agroinvestor*. URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/33646-tsifrovizatsiya-apk-modnyy-khayp-ili-realnyy-biznes-instrument-dlya-otrasli/> (appeal date: 16.11.2020). (In Russian.)
20. Glava AKIT: dolya rynka internet-torgovli v 2020 godu mozhet vyrasti do 10 % [Head of AKIT: the share of the e-commerce market in 2020 may grow to 10 %] [e-resource] // *AKIT*. URL: [https://www.akit.ru/akit\\_head\\_market-opinion/](https://www.akit.ru/akit_head_market-opinion/) (appeal date: 04.07.2020). (In Russian.)
21. Tsifrovaya ekonomika: 2020 [The digital economy: 2020] [e-resource] // *ICT.Moscow* URL: <https://ict.moscow/research/tsifrovaia-ekonomika-2020/> (appeal date: 02.01.2020). (In Russian.)

#### Authors' information:

Ivan V. Razorvin<sup>1</sup>, doctor of economic sciences, professor, ORCID 0000-0002-4516-4960, AuthorID 418347; +7 (343) 251-74-59, [razorvin.ivan@yandex.ru](mailto:razorvin.ivan@yandex.ru)

Natalya V. Usova<sup>1</sup>, candidate of economic sciences, associate professor, ORCID 0000-0002-7575-6078, AuthorID 674520; +7 (343) 251-74-59, [nata-ekb-777@yandex.ru](mailto:nata-ekb-777@yandex.ru)

Mikhail P. Loginov<sup>1</sup>, doctor of economic sciences, professor, ORCID 0000-0003-0831-3004, AuthorID 369612; +7 (343) 251-74-59, [port-all@mail.ru](mailto:port-all@mail.ru)

<sup>1</sup>The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Ural Institute of Management, Ekaterinburg, Russia