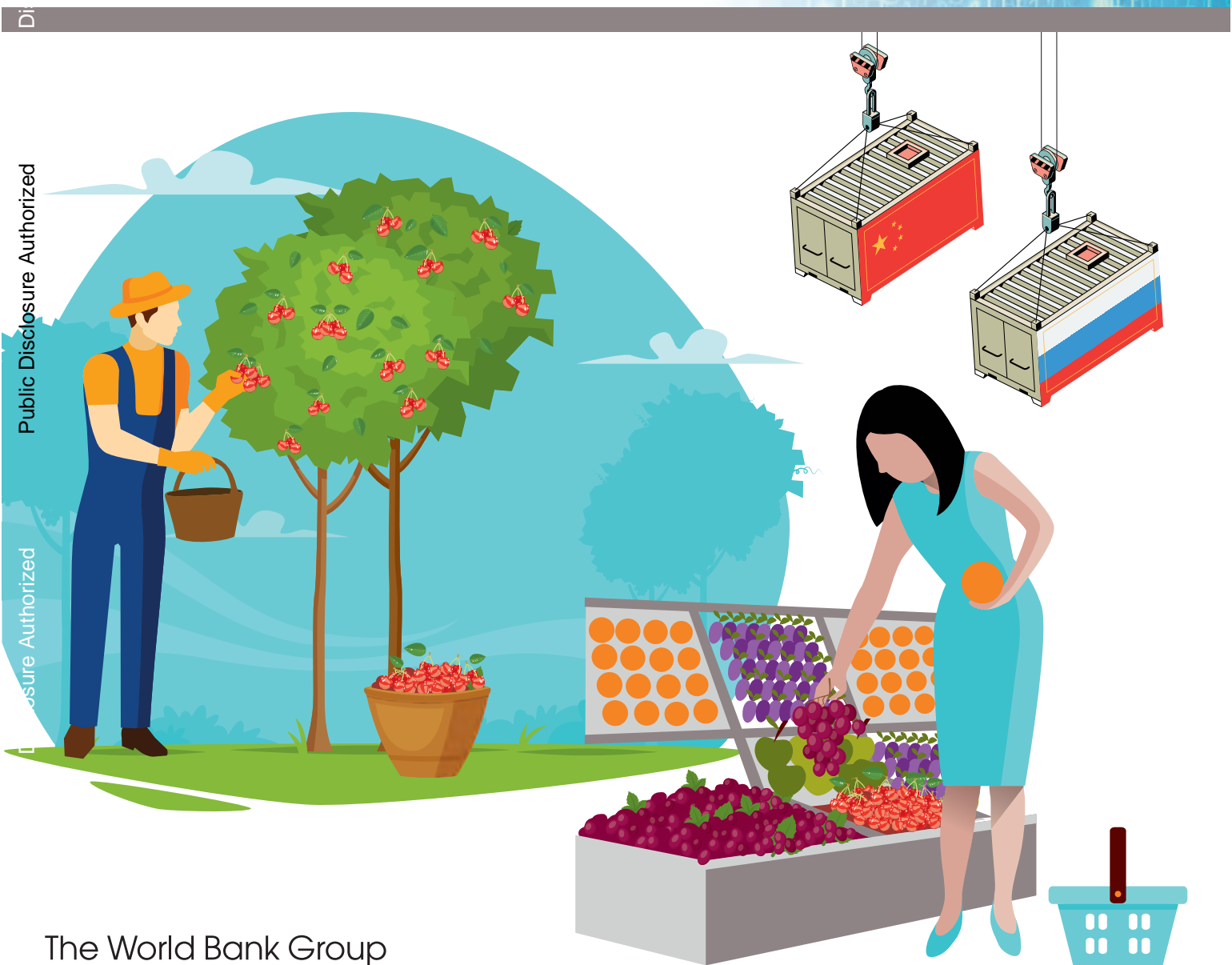


Плодоовощеводство в Странах Центральной Азии

Использование Новых Экспортных Возможностей
в Китай и Российскую Федерацию



Плодоовощеводство
в Странах Центральной Азии
Использование Новых Экспортных Возможностей
в Китай и Российскую Федерацию

© 2020 The World Bank
1818 H Street NW
Washington DC 20433
Тел.: 202-473-1000
Веб-сайт: www.worldbank.org

Права защищены.

Данный документ является результатом работы сотрудников Всемирного банка. Выводы, толкования и заключения, сделанные в этом документе, не обязательно отражают точку зрения исполнительных директоров Всемирного банка или правительств, которые они представляют. Всемирный банк не гарантирует точность данных, приводимых в этом документе. Границы, цвета, наименования и другая информация, отображенные на любой из карт в этом документе, не означают какого-либо суждения со стороны Всемирного банка относительно правового статуса той или иной территории, одобрения или признания таких границ.

Права и разрешения

Материалы данной работы защищены авторским правом. Поскольку Всемирный банк поощряет распространение своих знаний, данный документ можно копировать, полностью или частично, но только в некоммерческих целях и при условии указания полной ссылки.

Авторство — при цитировании следует указывать: Всемирный банк. 2020 г.
«Плодоовощеводство в Странах Центральной Азии – Использование Новых Экспортных Возможностей в Китай и Российскую Федерацию». © World Bank.

Все запросы относительно прав и лицензий, включая вторичные авторские права, следует направлять по адресу: World Bank Publications, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA; факс: 202-522-2625; эл. почта: pubrights@worldbank.org.

Содержание

Сокращения	vi
Благодарность	viii
Основные Выводы	ix
Введение	xi
1. Китай 2030: Тенденции на Рынке Свежих Импортных Фруктов.....	1
1.1. Обзор Китайского Рынка Свежих Фруктов.....	1
1.2. Возможности и Ограничения на Китайском Рынке для Экспортеров Фруктов из Центральной Азии	10
2. Россия 2030: Новые Тенденции на Традиционном для Стран Центральной Азии Рынке	11
2.1. Развитие Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации	14
2.2. Фрукты из Центральной Азии на Российских Розничных Рынках: Пример Поставок Столового Винограда	20
2.3. Возможности и Ограничения для Экспортеров Фруктов из Центральной Азии на Современном Российском Розничном Рынке	25
3. Конкурентоспособность Экспорта Продукции Садоводства из Центральной Азии	28
3.1. Выводы по Странам: Кыргызстан	28
3.2. Выводы по Странам: Таджикистан.....	37
3.3. Выводы по Странам: Узбекистан	43
3.4. Электронная Торговля Продуктами Питания в Странах Центральной Азии	49
4. История Успеха: Факторы Конкурентоспособности Чили на Китайском Рынке Фруктов ..	52
5. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов.....	63
6. Список Использованной Литературы	73
Приложение 1. Страны Центральной Азии: Данные о Торговле Агропродовольственной Продукцией с Китаем	77
Приложение 2. Страны Центральной Азии: Данные о Торговле Агропродовольственной Продукцией с Российской Федерацией.....	80
Приложение 3. Анализ Конкурентоспособности Экспорта: Методология	83
Приложение 4. Требования КНР при Импорте Свежих Фруктов	85
Приложение 5. Требования Российской Федерации при Импорте Свежих Фруктов	89
Приложение 6. Результаты Анализа ВСП.....	91
Приложение 7. Результаты Анализа СВР	93
Приложение 8. Пример Требований Розничной Сети к Импортным Свежим Фруктам (Пример Розничной Сети «X5 Retail Group»)	103

Список рисунков

Рисунок 1.1. Потребление Фруктов в Китае	1
Рисунок 1.2. Темпы Роста и Объемы Импорта Фруктов в Китай в Сравнении с Другими Странами (2013–2017 гг.)	2
Рисунок 1.3. Нетто-Импорт Свежей Черешни и Слив в Китай, Тонн	3
Рисунок 1.4. География Импорта Свежих Фруктов в Китай, По Странах, 2017	4
Рисунок 1.5. Каналы Распределения Свежих Фруктов, Ввозимых в Китай	4
Рисунок 1.6. Оптовые Цены на Импортные Черешню, Виноград и Сливы на Рынке Цзяннань в Гуанчжоу	9
Рисунок 2.1. Экспорт Свежих Фруктов из Центральной Азии в Российскую Федерацию, Млн Долларов США	11
Рисунок 2.2. Потребление Свежих Фруктов на Территории Российской Федерации по Федеральным Округам	13
Рисунок 2.3. Прогнозируемые Среднегодовые Темпы Роста Спроса на Продукты Питания в Российской Федерации, 2017–2030 гг.	13
Рисунок 2.4. Развитие Современной Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации.....	14
Рисунок 2.5. Растущая Концентрация Современной Розничной Торговли Продуктами Питания (Число Магазинов, Входящих в Подконтрольные Сети)	19
Рисунок 3.1. Экспортный Потенциал Свежих Фруктов из Кыргызстана	30
Рисунок 3.2. Географическое Распределение Экспорта Абрикосов, Черешен и Слив из Кыргызстана, 2018 г.	31
Рисунок 3.3. Сравнение Урожайности Косточковых Фруктов в Кыргызстане с их Урожайностью в Странах-Конкурентах, 2017 г.	34
Рисунок 3.4. Потери Абрикосов в Кыргызстане: Четверть Всего Урожая.....	35
Рисунок 3.5. Помощь со Стороны Государства, в Которой Нуждаются Киргизские Экспортеры Фруктов	37
Рисунок 3.6. Экспортный Потенциал Свежих и Сушеных Фруктов из Таджикистана	39
Рисунок 3.7. География Экспорта Фруктов из Таджикистана, 2017 г.	40
Рисунок 3.8. Урожайность Косточковых Фруктов и Столового Винограда в Таджикистане, 2018 г.	41
Рисунок 3.9. Экспортный Потенциал Свежих Фруктов из Узбекистана	45
Рисунок 3.10. География Экспорта Фруктов из Узбекистана, 2017 г.	46
Рисунок 4.1. Экспорт Фруктов Умеренного Климата из Чили, Млн Долларов США	52
Рисунок 4.2. Экспорт Черешни, Винограда и Сливы из Чили в Китай, Млн Долларов США.....	53
Рисунок 4.3. Доля чилийских фруктов в общем импорте фруктов в Китай	54
Рисунок 4.4. Среднемесячный Экспорт Чилийских Фруктов, Млн Долларов США	56
Рисунок 4.5. Поддержка Сельхозпроизводителей, Процент от Совокупного Объем Сельскохозяйственного Производства	58
Рисунок 4.6. Структура Финансирования Общих Услуг Сельскому Хозяйству	59
Рисунок 4.7. Соотношение Бюджетных Расходов на Общие Услуги Сельскому Хозяйству и Совокупного Объем Сельскохозяйственного Производства	60
Рисунок 4.8. Государственные Учреждения Чили, Занимающиеся Продвижением Экспорта	61
Рисунок 4.9. Унифицированный Бренд Чилийских Фруктов.....	61
Рисунок А4.1. Необходимые Процедуры для Выхода на Китайский Рынок Свежих Фруктов	85

Список таблиц

Таблица i.1. Прогноз Импорта Фруктов в Китай	xi
Таблица 2.1. Пять Крупнейших Компаний Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации по Объему Торгового Оборота	15
Таблица 2.2. Российский Импорт Столового Винограда из Стран Центральной Азии, Тонн.....	21
Таблица 2.3. Российский Импорт Столового Винограда из Основных Стран-экспортеров, Тонн в Месяц	23
Таблица 2.4. Средние Импортные Цены: Среднее Значение по Импорту в Целом и по Прямым Контрактам Ритейлеров	23
Таблица 3.1. Оценка Конкуренентоспособности Экспортной Продукции: Кыргызстан.....	29
Таблица 3.2. Сравнение Цен на Черешню, Получаемых Экспортерами в Китае	33
Таблица 3.3. Оценка Конкуренентоспособности Экспортной Продукции: Таджикистан	38
Таблица 3.4. Оценка Конкуренентоспособности Экспортной Продукции: Узбекистан.....	45
Таблица 5.1. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Кыргызстан	67
Таблица 5.2. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Таджикистан.....	69
Таблица 5.3. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Узбекистан	71
Кыргызстан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2016–2018 гг.), Млн Долл. США	77
Таджикистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2015–2017 гг.), Млн Долл. США	78
Узбекистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2016–2018 гг.), Млн Долл. США	79
Кыргызстан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией (2016–2018 гг.), Млн Долл. США	80
Таджикистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией (2016–2018 гг.), Млн Долл. США	81
Узбекистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией (2016–2018 гг.), Млн Долл. США	81
Таблица А4.1. Государственные Стандарты КНР в Отношении МДУ Остаточного Содержания Пестицидов и Других Вредных Веществ в Пищевых Продуктах	87
Таблица А4.2. Государственные Стандарты КНР на Маркировку Пищевых Продуктов	87
Таблица А4.3. Государственные Стандарты КНР на Упаковку Пищевых Продуктов	88

Список вставок

Вставка 1.1. Электронная Торговля Свежими Фруктами в Китае.....	6
Вставка 2.1. Обзор Требований Розничных Сетей к Импортным Фруктам (Пример «X5 Retail Group»)	17
Вставка 2.2. Экспорт Фруктов из Турции: Факторы Успеха.....	24
Вставка 3.1. Торговая Кооперация Между Кыргызстаном и КНР: События Недавнего Времени	32
Вставка 3.2. Торговая и Экономическая Кооперация Между Таджикистаном и КНР: События Недавнего Времени	40

Сокращения

АРИ	Анализ рисков при импорте
ВВП	Валовой внутренний продукт
ВСП	Выявленное сравнительное преимущество
ВТО	Всемирная торговая организация
ГОСТ	Государственный стандарт
ГСМ	Горюче-смазочные материалы
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЕС	Европейский Союз
ИКТ	Информационно-коммуникационные технологии
КНР	Китайская Народная Республика
МДУ	Максимально допустимый уровень
МСП	Малые и средние предприятия
МТЦ	Международный торговый центр
МФК	Международная финансовая корпорация
НДС	Налог на добавленную стоимость
НИОКР	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
ООН	Организация Объединенных Наций
ОПП	Оценка поддержки производителей
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПРЦ	Поддержка рыночной цены
РФ	Российская Федерация
САР	Специальный административный район Китая
СВР	Стоимость внутренних ресурсов
СКК	Сельскохозяйственный кредитный кооператив
ССТ	Соглашение о свободной торговле
СФС	Санитарные и фитосанитарные (меры)
США	Соединенные Штаты Америки
СЭЗ	Свободная экономическая зона
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТПП	Торгово-промышленная палата
ТР	Технический регламент
ТС	Таможенный союз
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
AQSIQ	Главное государственное управление КНР по контролю качества, инспекции и карантину
ASOEX	Ассоциация экспортеров фруктов Чили
B2B	«Бизнес-бизнес» (модель продаж)
B2C	«Бизнес-потребитель» (модель продаж)
CMR	Международная транспортная накладная
EAC	Евразийское соответствие
GAP	Надлежащая сельскохозяйственная практика
НАССР	Анализ рисков и критические контрольные точки
IFPRI	Международный научно-исследовательский институт продовольственной политики

IPCC	Международная конвенция по карантину и защите растений
JICA	Японское агентство международного сотрудничества
O2O	«Онлайн-оффлайн» (модель продаж)
SAMR	Государственное управление по регулированию рынка (КНР)
USDA	Министерство сельского хозяйства США
USAID	Агентство США по международному развитию

Благодарность

Данный отчет подготовлен группой специалистов во главе с Катериной Шредер (экономист в области сельского хозяйства и руководитель проекта) и Сергеем Зоря (ведущий экономист в области сельского хозяйства и соруководитель проекта) под общим руководством Фрауке Юнгблут и Джулиана Лампьетти (менеджеры практики). Основоплагающие статьи для подготовки глав были приготовлены Юйчэн Чжэн (Глава 1), Ксенией Горовой (Глава 2), Романом Погожевым, Усмоном Рахимджановым, Ерланом Сыздыковым и Назирой Зеваршоевой (Глава 3), а также Родриго Перес Сильвой и Альберто Вальдесом (Глава 4). Авторы благодарят Юлию Митусову, Дэвида Нильсона, Джона Нэша, Даурена Ошакбаева, Кайла Фаррелла, Ино Чжан и Элизабет Эш за ценную поддержку при проведении исследований. Авторы также признательны Сандре Брока, Саше Джумена, Джоанне Гаскелл, Ручире Кумар, Цзяньвэнь Лю, Ситарамачандру Мачираджу, Катерине Онул,

Давиду Трегеру и Анимешу Шриваставу за полезные замечания, которые помогли сформировать структуру исследования. Бесценную административную помощь в подготовке отчета оказали Розали Тринидад и Фунда Чанли. Перевод на русский язык выполнила Елена Аванесова, редакцию – Оксана Колинко, графический дизайн – Андрей Федоров.

Авторы выражают благодарность за сотрудничество и ценную помощь, оказанную Международным исследовательским институтом продовольственной политики (США) и Евразийским центром по продовольственной безопасности (Российская Федерация) на первом и втором этапах проекта, а также Ирине Кобуте, Екатерине Кривонос, Алле Сараниной и Адхаму Акбарову из Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ООН ФАО) и Группе экспертов по торговле сельскохозяйственной продукцией в Европе и Центральной Азии, в особенности Дарье Ильиной, Мавзуне Каримовой и Роману Могилевскому, за их вклад на третьем этапе проекта.

Основные Выводы

- ✓ Объем китайского рынка импортных фруктов достигает 5,8 млрд долларов США, что открывает колоссальные возможности для центральноазиатских экспортеров диверсифицировать географию своих поставок и увеличить стоимость экспорта агропродовольственной продукции. В период с 2015 по 2017 год Китай импортировал свежие черешню, виноград, сливы и абрикосы – то есть фрукты, в производстве которых страны Центральной Азии обладают сравнительными преимуществами, – на общую сумму 1,5 млрд долларов США. Ожидается, что к 2030 году китайский спрос на импорт этих фруктов увеличится до 1,8 млрд долларов США, а общий потенциальный объем их импортных закупок оценивается в 2,7 млрд долларов США.
- ✓ У стран Центральной Азии есть все возможности для того, чтобы стать более конкурентоспособными в удовлетворении растущего спроса китайского рынка на импорт фруктов. Географическое положение региона, его природные ресурсы, потенциал для роста урожайности и расширение возможностей для частных инвестиций посредством реформ создают необходимые предпосылки для увеличения экспорта сельскохозяйственной продукции из центральноазиатских стран в Китай.
- ✓ Результаты анализа экспортной конкурентоспособности и интервью с экспертами показали, что продуктами с наибольшим экспортным потенциалом для поставок из Кыргызстана в Китай являются черешня, грецкие орехи, абрикосы и сливы (свежие и сушеные). Наибольшим потенциалом для экспорта в Китай из Таджикистана обладают абрикосы (сушеные и свежие), сливы (свежие) и виноград (свежий), а из Узбекистана – черешня, абрикосы (сушеные и свежие), сливы (свежие), виноград (свежий) и грецкие орехи. В настоящее время этот потенциал в значительной мере недоиспользован.
- ✓ Рост экспорта фруктов способен существенно ускорить экономический рост в странах Центральной Азии, создать рабочие места и повысить уровень доходов в сельской местности, а также обеспечить возможности для включения мелких фермеров в производственно-сбытовые цепочки в данном секторе. Помимо вполне очевидных макроэкономических выгод от экспорта продукции с более высокой добавленной стоимостью, к числу которой относится и продукция садоводства, исследования показывают, что при ее выращивании требуется как минимум вдвое больше трудовых ресурсов, чем при производстве зерновых культур.
- ✓ Тем не менее, странам Центральной Азии предстоит еще многое сделать для того, чтобы проникнуть и нарастить свое присутствие на крайне привлекательных китайских рынках свежих фруктов. В первую очередь, китайские рынки требуют от стран-экспортеров стабильного качества и объемов поставок свежих фруктов. Во-вторых, выход на китайский рынок возможен только при условии наличия современных систем контроля качества, отлаженности логистических схем, соблюдения жестких требований как при производстве продукции, так и на последующих этапах, с тем чтобы обеспечить соответствие строгим стандартам безопасности пищевых продуктов, принятым в Китае. В-третьих, фрагментированность и конкурентная структура китайских фруктовых рынков требует постоянного контакта с китайскими партнерами на местах. В-четвертых, китайские потребители ценят привлекательную упаковку и продукты с узнаваемыми брендами.
- ✓ Большинство производителей фруктов в странах Центральной Азии представляют собой мелких фермеров с ограниченным доступом к финансовым и информационно-образовательным ресурсам. В результате объемы их производства ограничены, а качество продукции нестабильно. Мелкие фермеры региона приспособились к торговле фруктами внутри своих стран через сети традиционных местных продавцов, однако выход на международные рынки требует более сложного оформления сделок, соблюдения необходимых процедур и достаточно крупных объемов производства. Мелкие производители из стран Центральной Азии в настоящее время не обладают для этого достаточным потенциалом. Уровень развития и технические

возможности соответствующих государственных институтов (систем обеспечения качества и безопасности продовольствия, органов таможенного контроля и инспекций) пока также не соответствуют требованиям китайских рынков, что ставит экспортеров из Центральной Азии в невыгодное положение по сравнению с другими крупными поставщиками фруктов в Китай, такими как Чили или Соединенные Штаты Америки. Помимо этого, ограниченный потенциал в сфере содействия экспорту приводит к тому, что большинство региональных экспортеров не владеют информацией о возможностях, существующих на китайских рынках, и не понимают, какие требования предъявляются для выхода на них.

- ✓ В результате на Китай все еще приходится лишь небольшая доля общего экспорта агропродовольственной продукции из стран Центральной Азии (Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана) как по всей группе товаров в целом, так и в части поставок фруктов. Российская Федерация и другие страны бывшего Советского Союза остаются ключевыми направлениями для экспорта фруктов из Центральной Азии. Однако несмотря на традиционно большое присутствие центральноазиатских экспортеров на российских рынках косточковых фруктов, они медленно приспосабливаются к растущей здесь роли современных розничных сетей в продаже продуктов питания. В последние годы такие сети развивались в Российской Федерации ускоренными темпами, следуя траектории, наблюдаемой во многих развитых странах, и в большой мере переключили на себя товаропоток с традиционных розничных рынков.
- ✓ Центральноазиатские поставщики фруктов уступают своим конкурентам с точки зрения способности обеспечить качество, ассортимент и упаковку продукции в соответствии с потребностями и объемами российского розничного рынка. В результате они вынуждены поставлять свои товары по более низким (до 30 процентов) импортным ценам. Это обусловлено целым рядом факторов, включая высокую фрагментацию производства, неформальную организацию отношений и отсутствие прозрачности в цепочках

поставок фруктов в странах Центральной Азии, а также недостаточную осведомленность региональных производителей и экспортеров о требованиях розничной торговли и, как следствие, несоответствие их продукции этим требованиям.

- ✓ Чтобы стать конкурентоспособными на китайском и российском розничных рынках в верхнем ценовом сегменте, экспортерам свежих фруктов из Центральной Азии нужно увеличить объемы, повысить качество, расширить ассортимент и обеспечить стабильность экспортных поставок. Правительства этих стран должны создать благоприятные условия для увеличения производства и экспорта садоводческой продукции, устранив наиболее серьезные препятствия их развитию в данном секторе. Этому будут способствовать такие меры как интеграция мелких региональных производителей фруктов в производственно-сбытовые цепочки, облегчение для них доступа к производственным ресурсам и новейшим знаниям в области производства, хранения и переработки фруктов, содействие росту частных инвестиций в холодильное оборудование и мощности по послеуборочной переработке, инвестиции в общественные блага, такие как системы контроля безопасности и качества пищевых продуктов и НИОКР, активизация усилий по продвижению экспорта и маркетингу региональной продукции с целью облегчить экспортерам выход на новые экспортные рынки, обеспечить им возможность воспользоваться новыми тенденциями, проявляющимися на мировых рынках плодоовощной продукции, такими как быстрый рост электронной торговли.
- ✓ Успех Чили на китайском рынке импортных фруктов может стать примером для стран Центральной Азии. И хотя первые достижения чилийских экспортеров в Китае можно отчасти объяснить внешними глобальными макроэкономическими тенденциями и противоположным сезоном созревания чилийских фруктов, важно отметить, что последовательные реформы в области либерализации торговли и сельскохозяйственной политики создали благоприятные условия для развития агропродовольственного сектора и подготовили успех этой страны на китайском рынке.

Введение

Демографические тенденции, рост уровня доходов и изменение предпочтений потребителей в Китае способствовали постоянному росту спроса на продукты питания, которые становятся все более разнообразными, здоровыми и качественными, и такой спрос, безусловно, сохранится и в будущем. Согласно прогнозам Международного валютного фонда (*International Monetary Fund, 2019*), валовой внутренний продукт на душу населения в Китае (ВВП в текущих ценах) вырастет с 13 130 долларов США в 2019 году до 28 450 долларов США к 2024 году. При этом численность населения страны по оценкам экспертов ООН увеличится до полутора миллиардов человек (*United Nations, 2019*). Прогнозируемый уровень урбанизации к 2030 году достигнет 67 процентов по сравнению с 56 процентами в 2015 году (*Goh et al., 2014*). Повышение уровня благосостояния и образованности все большего числа потребителей продолжит менять их диетические предпочтения, увеличивая в рационе долю белковых продуктов, фруктов и овощей.

Растущий спрос Китая на импорт свежих фруктов открывает широкие возможности для экспортеров из Центральной Азии¹, которые получают шанс диверсифицировать географию своих поставок и нарастить их стоимостные объемы. В период с 2015 по 2017 год Китай импортировал свежие черешню, виноград, сливы и абрикосы – то есть фрукты, в производстве которых страны Центральной Азии обладают сравнительными преимуществами, – на общую сумму 1,5 млрд долларов США. Согласно прогнозной модели «ИМПАСТ», к 2030 году китайский спрос на импорт этих фруктов вырастет до 1,8 млрд долларов США (Таблица i.1). Чтобы конвертировать свои естественные преимущества, связанные с географическим положением и природными ресурсами, в конкурентные

преимущества на конкретных экспортных рынках, странам Центральной Азии необходимы дополнительные инвестиции в переработку, логистику, торговую и экспортную инфраструктуру, причем как в их техническое оснащение, так и в организационно-программное обеспечение. Прогнозируемое сохранение высокого спроса в долгосрочной перспективе создает благоприятные условия для планирования и обоснования государственных инвестиций в развитие национальных сельскохозяйственных секторов с ориентацией на расширение экспортных поставок.

У стран Центральной Азии есть все возможности для того, чтобы стать более конкурентоспособными в удовлетворении спроса на импортные фрукты на растущих китайских рынках. Если они сумеют воспользоваться этим шансом, это даст дополнительный импульс их экономическому и социальному развитию. На протяжении многих веков Центральная Азия занимала

Таблица i.1. Прогноз Импорта Фруктов в Китай

Продукция садоводства	Чистый импорт фруктов в Китай, среднее значение за 2015–2017 гг. в текущих ценах (долл. США)	Прогноз чистого импорта фруктов в Китай к 2030 г., в ценах 2005 г. (долл. США) ²
Свежая черешня	903 424 257	1 075 074 866
Свежий виноград	532 000 000	633 080 000
Свежие сливы и терн	99 008 118	117 819 660
Свежие абрикосы	496 490	590 823

Источник: UN COMTRADE (2018), расчеты Всемирного банка на основе модели IFPRI «ИМПАСТ» (2015) – SSP2 сценарий без учета климатических изменений; Версия модели – ИМПАСТ 3.2.1.

Примечание: IFPRI «ИМПАСТ 3» – глобальная многорыночная модель частичного равновесия, направленная на анализ сельскохозяйственного сектора.

¹ Географический регион, охватываемый данным отчетом, включает Кыргызскую Республики, Республику Таджикистан и Республику Узбекистан (далее по тексту Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан).

² Модель ИМПАСТ, разработанная IFPRI, дает возможность делать прогнозы только по группе овощей и фруктов в целом и не позволяет дифференцировать рост импорта по каждому из них в отдельности. В выборку попали фрукты, импорт которых согласно прогнозам на основе последних данных о торговле между Китаем и странами Центральной Азии продемонстрирует наиболее существенный рост в период до 2050 года. В ходе анализа перечень продукции садоводства, по которой Китай является крупным нетто-импортером, сопоставлялся с перечнем аналогичной продукции, по которой страны Центральной Азии выступают нетто-экспортерами.

стратегическое положение в торговле между Востоком и Западом. Географическое положение региона, его природные ресурсы, потенциал для роста урожайности и расширение возможностей для частных инвестиций в ходе реформ создают необходимые предпосылки для увеличения экспорта сельскохозяйственной продукции из центральноазиатских стран в Китай. Поскольку Китай отводит странам Центральной Азии важную роль в удовлетворении своих растущих потребностей в продовольствии и нацелен на развитие динамичной торговли сельскохозяйственной продукцией и инвестиционного сотрудничества, это открывает перед регионом большие возможности в плане увеличения своего присутствия на китайских фруктовых рынках. Способствовать этому будет совершенствование инфраструктуры и наращивание инвестиций в трансграничные проекты. Так, согласно оценкам, приведенным в недавнем отчете Всемирного банка (*World Bank, 2019*), транспортные проекты в рамках инициативы «Один пояс – один путь» способны увеличить объем торговли на 9,7 процента. Ожидается, что наибольшую выгоду при этом получают страны, обладающие сравнительными преимуществами в секторах, где важны сроки поставок. К числу таких секторов, безусловно, относится и производство свежих фруктов и овощей.

Увеличение объемов экспорта фруктов способно существенно ускорить экономический рост в странах Центральной Азии, создать рабочие места и повысить уровень доходов в сельской местности, а также обеспечить возможности для включения мелких фермеров в производственно-сбытовые цепочки. Помимо очевидных макроэкономических выгод от экспорта продукции с более высокой добавленной стоимостью, к числу которой относится и продукция садоводства, увеличение производства фруктов оказывает бóльший положительный эффект на занятость по сравнению с другими сельскохозяйственными подсекторами. Исследования показывают, что садоводство требует как минимум вдвое больше трудовых затрат, чем выращивание зерновых культур. В частности, одно рабочее место в садоводстве создает три рабочих места в других отраслях (не считая увеличения занятости среди фермеров). Кроме того, исследование, проведенное Всемирным банком в плодоовощном

секторе Узбекистана (*Khidirov et al., 2015*), показало, что при выращивании отдельных видов фруктов и овощей объем трудозатрат на один гектар обрабатываемых сельскохозяйственных угодий колеблется от 12 до 22 человеко-месяцев, в то время как при производстве хлопка он составляет 5 человеко-месяцев, при производстве пшеницы – всего 2. Аналогичные результаты были получены в ходе исследования в Южной Африке (*World Bank, 2018a*): оно показало, что выращивание овощей и фруктов в коммерческих масштабах создает примерно 1,3 рабочих места на гектар по сравнению с 0,01 рабочих места, создаваемых при возделывании одного гектара кукурузы. Данные различных стран подтверждают, что увеличение экспорта плодоовощной продукции приносит значительные экономические выгоды мелким фермерам, которые зачастую, в том числе и в странах Центральной Азии, являются ее основными производителями. Помимо увеличения доходов, они получают доступ к кредитам и консультационно-образовательным услугам, которые им предоставляют компании-экспортеры. Создание рабочих мест как в самом сельском хозяйстве, так и в отраслях, снабжающих его ресурсами и перерабатывающих произведенную продукцию, способно сыграть большую роль в решении проблемы трудоустройства мигрантов, возвращающихся в Центральную Азию из Российской Федерации вследствие наблюдаемого там экономического спада, а также многочисленной сельской молодежи, ежегодно выходящей на рынок труда. Увеличение производства продукции садоводства может внести свой вклад в достижение этой важной социальной цели.

Сектор садоводства также является важным источником круглогодичного дохода для женщин, проживающих в сельской местности, что дает им возможность повысить свой уровень жизни. В странах Центральной Азии, на женщин перекладывается важная роль во многих сферах сельскохозяйственного производства. В частности, по данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан (*2013*), в сельскохозяйственном производстве занято до 85,5 процентов женщин. Ожидается, что доходы занятых в секторе женщин вырастут благодаря развитию в регионе садоводства, которое предоставит им дополнительные возможности

трудоустройства в предприятиях по переработке продукции, семеноводстве и выращивании саженцев, и это лишь некоторые из направлений. Обследование, проведенное среди бенефициаров проекта, финансируемого Всемирным банком в плодоовощном секторе Узбекистана, показало, что увеличение инвестиций в садоводство привело к более активному вовлечению женщин в трудовые отношения. Предприятия, участвующие в проекте, отметили, что число работающих там по найму женщин возросло на 67 процентов.

Тем не менее, странам Центральной Азии предстоит еще многое сделать для того, чтобы проникнуть и нарастить свое присутствие на крайне привлекательных китайских рынках свежих фруктов. Китайские рынки требуют от стран-экспортеров стабильного качества и объемов поставок свежих фруктов, а также наличия современных систем контроля качества, отлаженности логистических схем, соблюдения жестких требований как при производстве продукции, так и на последующих этапах, с тем чтобы обеспечить соответствие строгим стандартам безопасности пищевых продуктов, действующим в Китае. Большинство производителей фруктов в странах Центральной Азии представляют собой мелких фермеров, у которых практически нет доступа к финансовым и информационно-образовательным ресурсам. В результате объемы их производства ограничены, а качество продукции нестабильно. Мелкие фермеры региона приспособились к торговле фруктами внутри своих стран через сети традиционных местных продавцов, однако выход на международные рынки требует более сложного оформления сделок, соблюдения необходимых процедур и достаточно крупных объемов производства. Мелкие производители из стран Центральной Азии пока не обладают для этого достаточным потенциалом. В настоящее время экспорт свежих косточковых фруктов зачастую носит спорадический характер и колеблется из года в год в зависимости от урожая и спроса со стороны Российской Федерации и Казахстана. Уровень развития и технические возможности государственных таможенных и инспекционных органов пока также не соответствуют требованиям, предъявляемым современными рынками продукции садоводства, что ставит экспортеров из Центральной Азии в невыгодное положение по сравнению с их мировыми конкурентами.

В результате на Китай все еще приходится лишь небольшая доля общего экспорта агропродовольственной продукции из стран Центральной Азии (Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана) как по всей группе товаров в целом, так и в части поставок фруктов. В 2018 году стоимостной объем экспорта их агропродовольственной продукции в Китай составил 415,5 млн долларов США, что на 72 млн долларов выше показателя 2017 года. На Узбекистан приходилось 96 процентов этой суммы, в то время как присутствие на данном рынке Кыргызстана и Таджикистана оставалось незначительным. В то же время, экспорт из Узбекистана в Китай в основном (на 82 процента) состоит из хлопка и хлопковой продукции. Доминирующей статьёй экспорта из Кыргызстана является табак, на долю которого приходится 58 процентов всего экспорта агропродовольственной продукции из страны, из Таджикистана – хлопок.

Степень готовности экспортеров агропродовольственной продукции из Центральной Азии к расширению своего присутствия на рынках более высокого ценового сегмента, таких как Китай, будет проверена успешностью их проникновения в официальные розничные сети Российской Федерации – страны, которая является их традиционным рынком. В настоящее время Российская Федерация и другие страны бывшего Советского Союза продолжают оставаться ключевыми направлениями для экспорта фруктов из Центральной Азии. В частности, Кыргызстан экспортирует в Российскую Федерацию и Казахстан 88 процентов черешни и 99 процентов свежих абрикосов и слив. Аналогичная тенденция наблюдается в экспорте узбекских и таджикских фруктов. Однако несмотря на традиционно большое присутствие центральноазиатских экспортеров на российском рынке косточковых фруктов, они медленно приспособляются к растущей здесь роли современных розничных сетей в торговле продуктами питания. Большинство фруктов из Центральной Азии поступают в продажу на рынках под открытым небом. При этом современные розничные сети развиваются в Российской Федерации ускоренными темпами, следуя траектории, наблюдаемой во многих развитых странах, и в значительной мере переключили на себя товаропоток с традиционных розничных рынков. Они также играют все большую роль в импорте фруктов,

предъявляя жесткие требования к качеству и безопасности продуктов, их внутренним свойствам (таким как форма, цвет и вкус), упаковке и маркировке, а также к сопроводительной документации.

Цель данного исследования заключается в том, чтобы улучшить понимание правительствами стран Центральной Азии тех возможностей, которые открываются для экспорта их агропродовольственной продукции на китайские и российские рынки верхнего ценового сегмента, с особым акцентом на рынки свежих фруктов, а также дать им практические рекомендации относительно того, как воспользоваться этими возможностями. Исследование проводилось в три этапа. На I и II этапах (*World Bank, 2018b*) была выполнена оценка экспортной конкурентоспособности широкого круга сельскохозяйственных товаров из Центральной Азии с тем, чтобы определить их перспективы на китайских рынках. По результатам консультаций с экспертами и анализа сравнительных преимуществ (см. Приложение 3) было установлено, что Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан обладают большим экспортным потенциалом для поставок отдельных видов продукции садоводства, в том числе винограда, абрикосов (свежих и сушеных), слив (свежих и сушеных), грецких орехов и черешни. Отталкиваясь от результатов I и II этапов исследования, на III этапе были изучены ключевые тенденции и требования фруктовых рынков Китая и Российской Федерации, а также проведен углубленный анализ цепочек добавленной стоимости в странах Центральной Азии, задачей которого было выявление главных ограничений для реализации

экспортного потенциала региона на целевых рынках.

Основной текст отчета выстроен следующим образом: В первом разделе содержится обзор китайского рынка свежих импортных фруктов, в том числе рассмотрены требования к выходу на рынок для отдельных видов продукции садоводства и выделены основные различия между выходом на китайский и российский рынки. Второй раздел посвящен возможностям, открывающимся для поставщиков свежих фруктов из Центральной Азии, и тем проблемам, с которыми они сталкиваются в попытках удержать свои позиции и увеличить объемы поставок в Российскую Федерацию (и потенциально в другие страны Содружества Независимых Государств). Особый акцент сделан на главных барьерах, стоящих на пути входа в российские сети супермаркетов; в качестве примера рассматривается успешная стратегия выхода на рынок, используемая Турцией, – основным конкурентом на российском рынке. В третьем разделе приводятся результаты анализа экспортной конкурентоспособности отдельных видов фруктов, а также тех «узких мест» в производственно-сбытовых цепочках, которые не позволяют странам Центральной Азии полностью задействовать свой потенциал по наращиванию экспорта сельскохозяйственной продукции. В четвертом разделе содержится тематическое исследование ключевых факторов конкурентоспособности чилийского экспорта фруктов в Китай. В пятом разделе сформулированы рекомендации правительствам стран Центральной Азии по совершенствованию соответствующей политики на национальном и региональном уровнях.

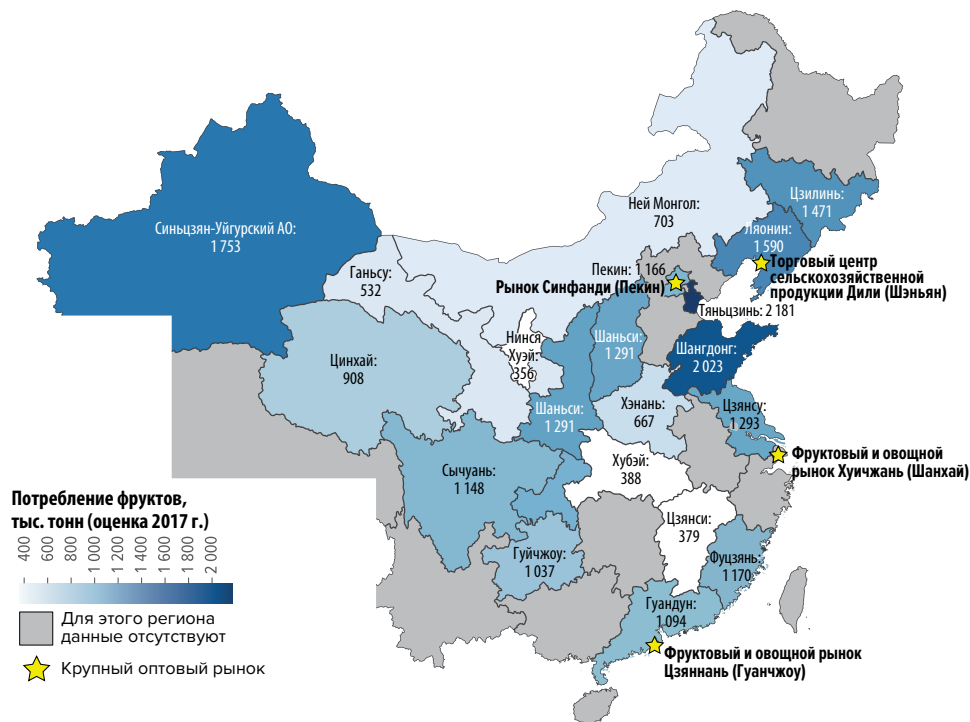
1. Китай 2030: Тенденции на Рынке Свежих Импортных Фруктов

1.1. Обзор Китайского Рынка Свежих Фруктов

В Китае наблюдается неуклонный рост потребления свежих и переработанных фруктов на фоне увеличения доходов, повышенного внимания к здоровому питанию и растущего разнообразия предлагаемых потребителю продуктов питания. Согласно данным статистики, в 2017 году потребление сушеных и свежих бахчевых культур и фруктов в городских

домохозяйствах ряда регионов (таких как провинции Шаньдун и Ляонин, Синьцзян-Уйгурский автономный район и город Тяньцзинь) превысило 70 кг на душу населения (Рисунок 1.1). По оценкам, приведенным в совместном прогнозе Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) (*OECD-FAO Agricultural Outlook 2013–2022*), годовое потребление фруктов на душу населения в Китае к 2022 году вырастет на 10 процентов. Несмотря на его устойчивый рост как в городской, так и в сельской местности, разрыв между ними остается довольно существенным – в среднем в период с 2015 по 2017 год сельские жители Китая потребляли на 33 процента меньше свежих фруктов, чем жители городов³. С точки зрения предпочтений, китайские

Рисунок 1.1. Потребление Фруктов в Китае⁴



Источник: Национальное бюро статистики КНР (2017 г.). IBRD 44975 | APRIL 2020

³ Расчет средневзвешенных значений выполнен на основе статистических данных провинций Гуандун, Шаньдун, Шэньси и Сычуань, Синьцзян-Уйгурского автономного района и города центрального подчинения Тяньцзинь.

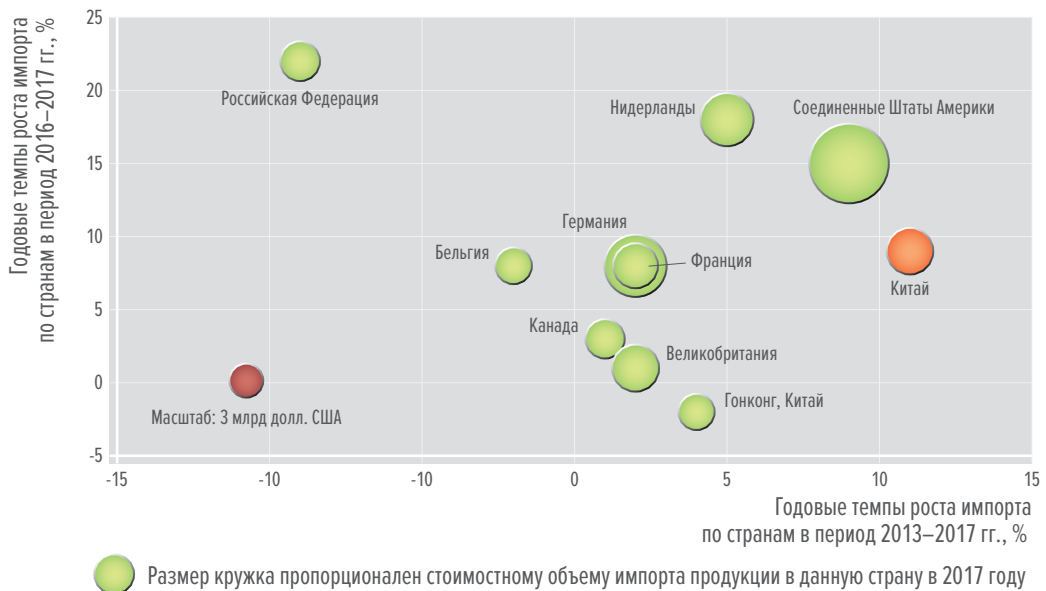
⁴ Географические границы, цвета, наименования и любая другая информация, приведенные на данной карте, не подразумевают какого-либо суждения о правовом статусе той или иной территории, какого-либо одобрения или признания таких границ со стороны Группы Всемирного банка.

потребители ценят питательные свойства, свежесть, безопасность и качество, а также «деликатесные» фрукты. Эти предпочтения находят отражение в растущей популярности импортных и/или брендовых фруктов. Большое значение для китайских покупателей имеют привлекательная упаковка и известный бренд (*USDA FAS, 2016*). Помимо этого, среди состоятельных потребителей растет спрос на органические свежие фрукты.

Китай входит в десятку крупнейших импортеров фруктов в мире: в 2016 году объем их импортных закупок составил 5,8 млрд долларов США (Рисунок 1.2). Китай является нетто-импортером многих фруктов, как свежих, так и сухих, которые могут поставляться из Центральной Азии. В 2017 году в страну было ввезено 101 885 тонн черешни (на сумму 771,3 млн долларов США) и 40 619 тонн слив (на сумму 103,5 млн долларов США), что сделало КНР лидером среди крупнейших мировых импортеров этих фруктов. Некоторые объемы поставлялись и на экспорт, однако с 2013 по 2017 год Китай оставался нетто-импортером черешни и слив, причем объемы торговли этими фруктами постоянно росли как по количеству, так и по стоимости (Рисунок 1.3).

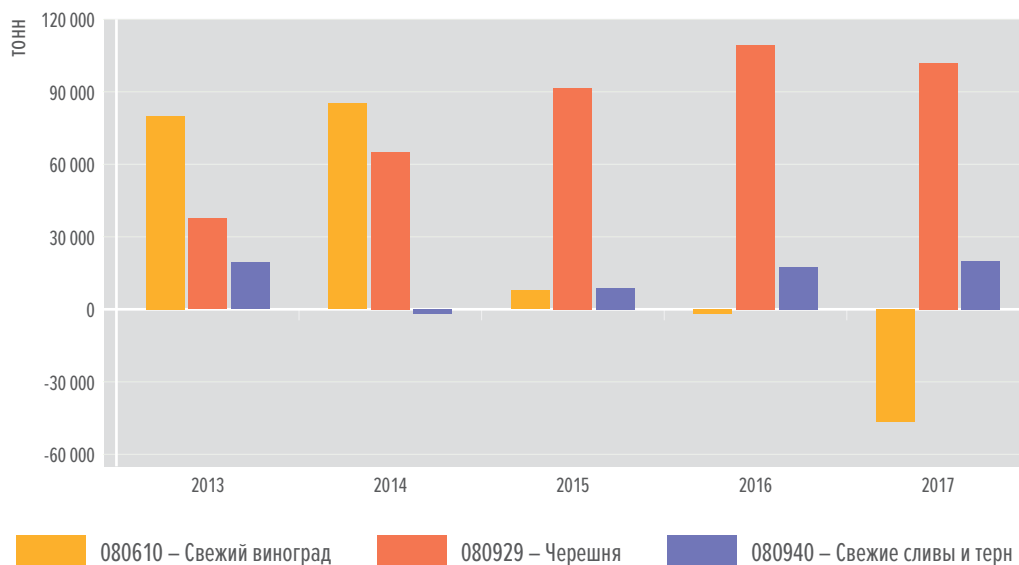
В 2017 году эта страна также вышла на пятое место в мире по импорту свежего винограда (233 912 тонн на сумму 590,1 млн долларов США). При этом Китай и сам экспортирует виноград в растущих объемах, благодаря чему с 2016 года стал его нетто-экспортером. Импортные поставки покрывают сезонный дефицит в определенные месяцы года, включая периоды высокого спроса во время празднования Нового года по лунному календарю и Дня труда. В частности, виноград из США продается с августа по декабрь, а виноград из Перу поступает на прилавки с ноября по январь следующего года. Затем с февраля по июнь следуют поставки из Чили. В то же время потребление абрикосов в Китае в последние годы было относительно небольшим, поскольку китайские потребители предпочитают им персики (*Euromonitor International, 2017*). Не смотря на это, чистый импорт свежих абрикосов вырос с 1,5 млн долларов США до 4,2 млн долларов США в период с 2015 по 2017. Импортные фрукты обычно попадают в сегменты дорогих товаров и продаются в основном в крупнейших мегаполисах, таких как Пекин, Гуанчжоу, Шанхай и Шэньчжэнь. Однако в настоящее время тенденция роста продаж начала прослеживаться и в не столь крупных столицах провинций, таких

Рисунок 1.2. Темпы Роста и Объемы Импорта Фруктов в Китай в Сравнении с Другими Странами (2013–2017 гг.)



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

Рисунок 1.3. Нетто-Импорт Свежей Черешни и Слив в Китай, Тонн



Источник: Департамент статистики ООН (2018 г.).

как Чэнду, Ханчжоу и Ухань, что в значительной степени обусловлено развитием электронной торговли.

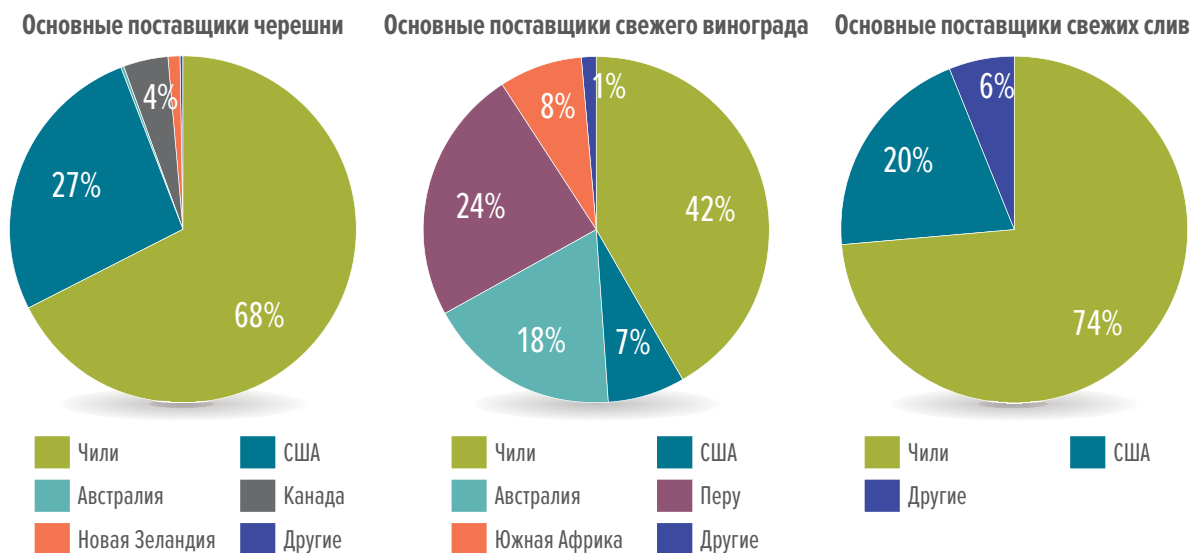
На китайском рынке свежих импортных фруктов, особенно черешни и сливы, доминируют Чили и США (Рисунок 1.4). В 2017 году из Чили было поставлено 68 951 тонн черешни, или более 60 процентов от ее общего импорта в КНР. Практически весь остальной объем поступает из Соединенных Штатов Америки. Аналогичные тенденции наблюдаются и на рынке свежей сливы. В 2017 году Чили и США экспортировали в Китай 29 911 и 8 272 тонны слив, соответственно. Поставки свежего винограда более диверсифицированы: помимо двух уже упомянутых стран, крупные объемы в последние годы ввозились также из Австралии, Перу и Южной Африки.

Свежие фрукты поставляются в Китай по двум основным каналам – прямой экспорт на территорию материкового Китая и реэкспорт через Специальный административный район Китая (САР) Гонконг (Рисунок 1.5). Прямой экспорт в материковые порты Китая (такие как Гуанчжоу и Шанхай), а также через зоны свободной торговли, созданные, в частности, в Шанхае (2013 год), Тяньцзине, Гуандуне и Фуцзяне (2015 год), является наиболее предпочтительным

для экспортеров фруктов на китайский рынок. Экспортеры, осуществляющие реэкспортные поставки через САР Гонконг, освобождены от всех сборов, налогов или пошлин. После реэкспорта в Китай, движение товаров происходит по «серым»/полулегальным каналам (*Producer Marketing Association, 2016*), где партии завезенных фруктов полностью или частично обходят налоги и законодательные требования, связанные с импортом. Следует, однако, отметить, что в последние годы наблюдается снижение объемов полулегального реэкспорта через САР Гонконг. Это объясняется ужесточением таможенного контроля со стороны китайских властей.

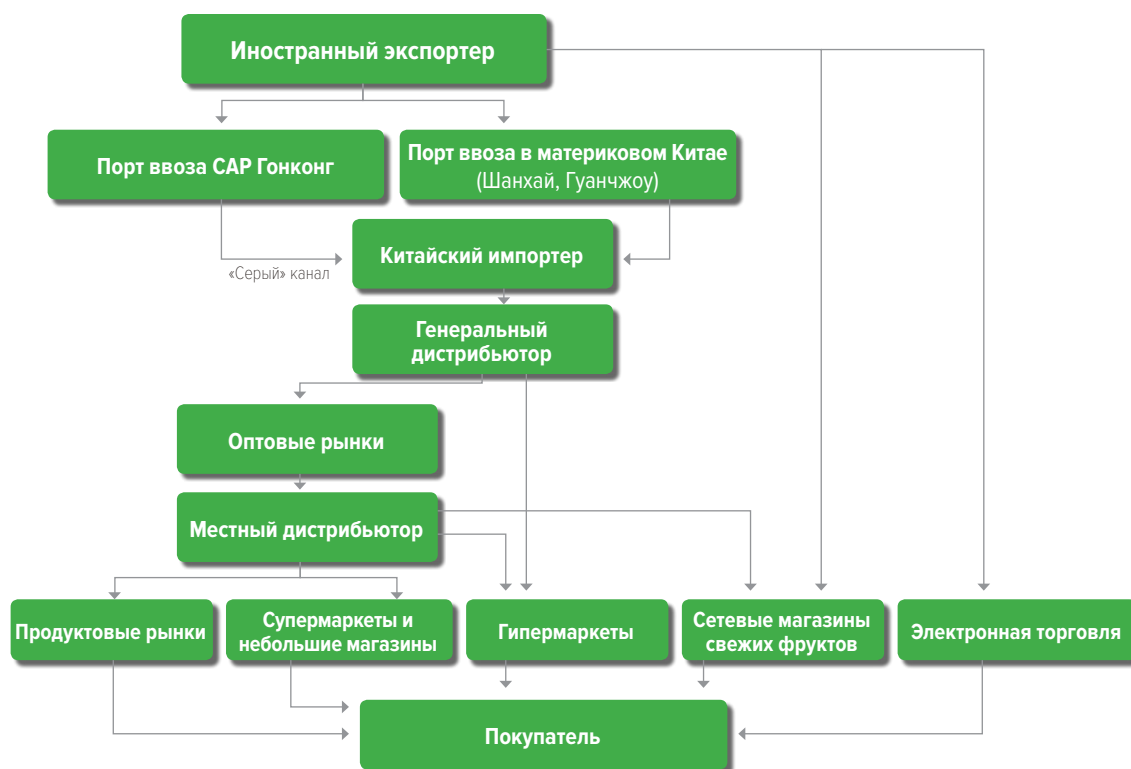
Среди импортеров фруктов на китайский рынок наблюдается высокая фрагментация и конкуренция. В начале цепочки поставок действует множество географически разрозненных импортеров. Ведущие игроки, часто лидирующие в пределах одного региона Китая, контролируют ограниченную долю рынка. Например, на «Dole Food Company Inc.», основного импортера в Восточном Китае, и «Joy Wing Mau Group», крупную компанию, занимающуюся импортом в Южном Китае, приходится не более одного процента рынка. В этих условиях при экспорте в Китай важно устанавливать тесные отношения с китайскими партнерами.

Рисунок 1.4. География Импорта Свежих Фруктов в Китай, По Странам, 2017



Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.).

Рисунок 1.5. Каналы Распределения Свежих Фруктов, Ввозимых в Китай



Источник: Producer Marketing Association (2016).

Далее по цепочке основными покупателями становятся генеральные дистрибьюторы и оптовые торговцы, которые закупают более 90 процентов ввезенных свежих фруктов.

Около 35 процентов их объема напрямую поступает в розничные сети, такие как супермаркеты премиум-класса, гипермаркеты или онлайн-каналы продаж свежих фруктов. Более 60 процентов покупают местные дистрибьюторы, которые затем перепродают товар розничным продавцам, таким как независимые магазины и сетевые магазины свежих фруктов. В настоящее время ни один из видов импортируемых свежих фруктов не продается для последующей переработки, и менее пяти процентов идет в сферу общественного питания.

В Китае действует четыре основных оптовых рынка импортных фруктов (Рисунок 1.1):

- 1) фруктовый и овощной рынок Цзяннань в Гуанчжоу;
- 2) фруктовый и овощной рынок Хуэйчжань в Шанхае;
- 3) рынок Синьфади в Пекине;
- 4) центр торговли сельскохозяйственной продукцией Дили в Шэньяне.

Гуанчжоу является крупнейшим распределительным центром общенационального масштаба, откуда продукция направляется в различные регионы страны, в то время как с оптовых рынков в Пекине, Шэньяне и Шанхае она поступает напрямую на близлежащие рынки конечного потребления в регионе Пекин-Тяньцзинь-Хэбэй, Северо-Восточном Китае и дельте реки Янцзы, соответственно. Примечательно, что на оптовый рынок Цзяннань в Гуанчжоу приходится около 70 процентов всего объема завозимых в Китай фруктов и овощей. С этих крупных оптовых рынков импортируемые фрукты транспортируются в средние и малые города. Несмотря на некоторое улучшение ситуации в последние годы, в таких городах остро не хватает холодильных мощностей для транспортировки и хранения продукции, что является основным препятствием для экспорта фруктов (*Producer Marketing Association, 2016*).

На розничном рынке импортных фруктов начали проследиваться две новые тенденции: развитие онлайн- и оффлайн-каналов розничной электронной торговли и переход от крупных

магазинов к магазинам небольшого формата.

На современные розничные сети приходится 67,4 процента общего объема продаж продуктов питания в Китае (*Producer Marketing Association, 2016*). Многие иностранные ритейлеры, такие как «Carrefour» и «Metro Cash and Carry» пользуются популярностью среди китайских потребителей, считающих, что там продаются свежие продукты высокого качества. Однако в последние годы наблюдается общее замедление темпов роста оборота супермаркетов и гипермаркетов в связи с конкуренцией со стороны электронной торговли. Проникновение Интернета в повседневную жизнь и распространение мобильных технологий позволили потребителям с легкостью покупать импортные фрукты на платформах электронной торговли или в социальных сетях, таких как «Wechat» или «Weibo». Интересно отметить, что крупные платформенные компании, такие как «Alibaba» и «JD», вкладывают средства в диверсификацию каналов продаж, открывая «розничные сети нового формата», такие как «Hema» (связанные с «Alibaba Group» торговые площадки, сочетающие электронную коммерцию с традиционной розничной торговлей свежими продуктами) и «7Fresh» (оффлайновая розничная сеть «JD.com»). Чтобы удовлетворить запрос потребителей на удобство приобретения и качество продукции, многие ритейлеры, особенно в крупных городах, переключаются с гипермаркетов и супермаркетов на магазины у дома или небольшие магазины самообслуживания. Например, «Carrefour» и «Yonghui» открыли сетевые магазины «Easy Carrefour» и «Yonghui Membership Stores», предлагающие потребителям продукцию премиум-класса, в том числе высококачественные импортные продукты.

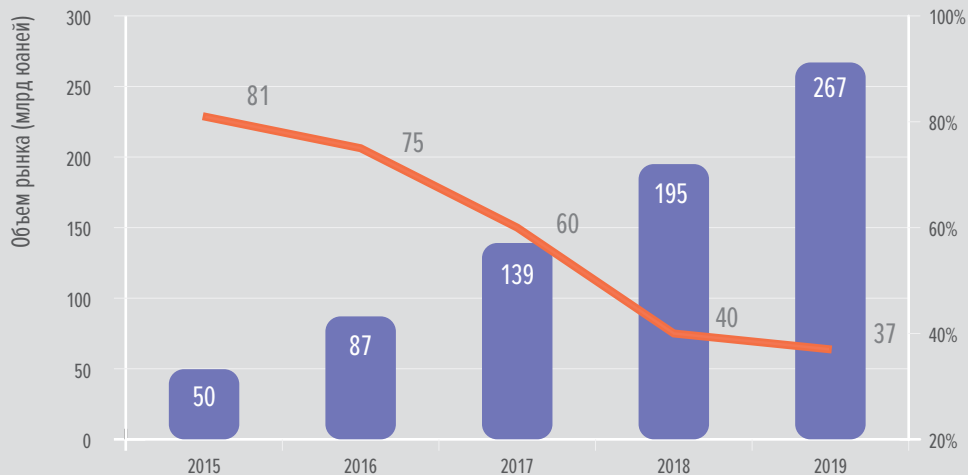
Черешня является самым дорогостоящим продуктом на китайских фруктовых рынках, но цены на нее подвержены большим колебаниям по сравнению с импортным виноградом и сливой (Рисунок 1.6). Например, в июне 2018 года цены на раннюю черешню из США на рынке Цзяннань в Гуанчжоу достигали 18 долларов за килограмм. В августе они упали почти на 30 процентов до минимальной отметки, после чего продолжали расти до конца года. Затем на рынок поступила черешня из Чили по цене 13–15 долларов за килограмм, и после Нового года цены начали медленно снижаться. Оптовая цена на импортный виноград оставалась стабильной с марта по

Вставка 1.1. Электронная Торговля Свежими Фруктами в Китае

Быстрый рост электронной торговли свежими фруктами в Китае является результатом усилий как частного, так и государственного сектора по удовлетворению запроса потребителей на удобство приобретения, разнообразие, качество и ценовую доступность продукции. Благодаря государственному нормативно-правовому обеспечению и инновациям частного бизнеса в данной сфере, потребители начали доверять торговле свежими фруктами через Интернет. До появления электронной коммерции многие китайские потребители покупали свежую продукцию на нерегулируемых продуктовых рынках. Теперь же благодаря онлайн-продажам свежих фруктов Китай «перепрыгнул» через систему супермаркетов, распространенную в развитых странах, и нашел решение, предоставляющее потребителям больше удобств и гарантию качества.

Электронная торговля свежими продуктами приобрела беспрецедентную популярность в Китае, особенно среди молодых, образованных городских потребителей. За последние три года этот рынок вырос почти на 400 процентов, достигнув в 2018 году 195 млрд юаней (29,5 млрд долларов США⁵) (Yunge Data, 2019). В 2016 году онлайн совершалось 19 процентов всех домашних покупок свежих продуктов (BCG and AliResearch, 2016.). В 2018 году было продано 285 млн тонн свежих фруктов на общую сумму 11 млрд юаней (1,66 млрд долларов США). Черешня, киви и апельсины входят в число самых популярных фруктов в сетях электронной торговли. Большинство потребителей, покупающих свежие продукты онлайн, – это молодые, хорошо образованные городские жители. Их средний возраст составляет 31 год, 64,6 процента из них родились в период между 1982 и 1993 годом (Producer Marketing Association, 2018; BCG and AliResearch, 2016). Более 80 процентов онлайн-покупателей свежих продуктов имеют, как минимум, высшее образование, и большинство из них очень хорошо владеют техникой онлайн-покупок. Около 82 процентов таких покупателей живут в крупных и средних городах. Наибольшее количество онлайн-покупок свежих продуктов совершается в Пекине, Шанхае, Гуанчжоу и Шэньчжэне (iResearch, 2018).

Масштабы и Ежегодные Темпы Прироста Электронной Торговли Свежими Продуктами в Китае



Источник: Yunge Data (2019), Chinese Internet Industry Review Report (2018).

«Alibaba Yiguo» и «JD FruitDay» являются главными игроками в индустрии электронной торговли свежими фруктами в Китае. Сеть «Yiguo» была основана в Шанхае в 2005 году с целью продажи отечественным потребителям высококачественных и недорогих импортных фруктов. По мере роста потребительского спроса на импортные фрукты, «Yiguo» наладила тесные отношения с поставщиками и сельхозпредприятиями из 39 стран на пяти континентах, с тем чтобы напрямую ввозить фрукты в Китай и продавать их затем в 310 городах. Сеть «FruitDay», основанная в Шанхае в 2009 году, позиционирует

(Продолжение вставки на следующей странице)

⁵ Стоимость в долларах США рассчитана по среднему обменному курсу за 2018 год: 1 доллар США = 6,61 юаня.

(Продолжение вставки 1.1.)

себя как поставщик высококачественных фруктов. По словам ее соучредителя Лорена Чжао, 90 процентов онлайн-продаж данной сети составляют импортные фрукты⁶. И «Yiguo», и «FruitDay» начинали свою деятельность как вертикальные компании B2C («бизнес-потребитель»), специализирующиеся на продаже свежих продуктов и сохраняющие полный контроль над всей цепочкой поставок и сбыта. В 2014–2015 годах «Yiguo» и «FruitDay» получили крупные инвестиции от «Alibaba Group» и «JD» – двух крупнейших интеграторов электронной торговли B2C в Китае с долей рынка 61,5 процента и 24,2 процента, соответственно (PMA, 2015). Вместо того, чтобы специализироваться на одном типе потребительских товаров, «Alibaba» и «JD» предлагают платформы для розничных онлайн-продаж всех их видов, включая электронику, книги, одежду, предметы домашнего обихода, а также продукты питания и напитки. Инвестиции «Alibaba» и «JD» в «Yiguo» и «FruitDay» послужили основой для взаимовыгодных партнерских отношений. «Yiguo» и «FruitDay» получили доступ к большим клиентским базам «Alibaba» и «JD», связям с поставщиками и системам управления цепочками поставок. В свою очередь, «Alibaba» и «JD» воспользовались возможностями холодильных цепей «Yiguo» и «FruitDay» и опытом этих компаний в продажах свежих продуктов.

Многолетняя поддержка китайского правительства развитию цифровизации и инновационная активность частного сектора создали цифровую инфраструктуру, благодаря которой стал возможен рост электронной торговли свежими фруктами. В 2018 году доступ к Интернету имели 59,6 процентов жителей Китая – почти в три раза больше, чем в 2008 году (China Internet Network Information Center, 2019). Для выхода в Интернет 98,6 процентов пользователей используют мобильные телефоны, что более чем вдвое превышает среднемировой показатель (China Internet Network Information Center, 2019). Более того, доля мобильных платежей в Китае более чем в 3,8 раза выше, чем в среднем по миру, – на них приходится 77 процентов всех совершаемых в стране платежных операций (Deloitte, 2018). В 2018 году 584,4 миллиона пользователей оплатили покупки с помощью мобильных устройств 60,53 миллиарда раз на общую сумму 277,39 трлн юаней (40 трлн долларов США)⁷. Стремительному развитию цифровой инфраструктуры способствовала многолетняя государственная поддержка. Начиная с 1993 года Правительство КНР рассматривает цифровизацию в качестве приоритетного направления национальной стратегии развития: более 4,3 трлн юаней (621 млрд долларов США) было инвестировано в физическую инфраструктуру Интернета, реализуется инициатива «Интернет +», оказывается содействие развитию электронной торговли в сельском хозяйстве. В принятом в 2018 году «Документе N°1» государство подтвердило приверженность развитию цифровой инфраструктуры и поддержке роста электронной торговли⁸.

Помимо развития цифровой инфраструктуры, Правительство КНР реализует политику, направленную на поощрение, легализацию и регулирование деятельности в области электронной торговли. В целях ее стимулирования правительство снизило стартовые барьеры для начала такой деятельности, упростив процедуры регистрации предприятий, и создало финансовые стимулы для малых и средних предприятий (МСП) в сфере электронной торговли, уменьшив для них налоги и направив инвестиционные средства на поддержку стартапов. Чтобы повысить степень доверия к электронной торговле, правительство многое сделало для ее легализации, стандартизовав систему управления кредитной информацией и потребовав от поставщиков услуг указывать при регистрации свои настоящие имена, адреса и контактную информацию (Hongfei Yue, 2017). В 2018 году Всекитайское собрание народных представителей приняло первый в истории закон «Об электронной торговле». Этот новый закон охватывает широкий круг вопросов электронной торговли и создает единую нормативно-правовую базу, улучшающую координацию между различными государственными учреждениями и ведомствами. В соответствии с законом операторы электронной торговли несут полную ответственность за защиту персональных данных потребителей и предотвращение оборота фальсифицированных продуктов. Закон также предусматривает, что операторы электронной торговли обязаны доставлять товары или услуги потребителям в соответствии с ранее заключенными договоренностями и брать на себя все риски, связанные с транспортировкой и доставкой⁹.

(Продолжение вставки на следующей странице)

⁶ <https://www.eurofresh-distribution.com/news/look-inside-china%E2%80%99s-premium-fruit-e-tailer-fruitday>

⁷ <http://www.chinadaily.com.cn/a/201903/21/WS5c932294a3104842260b1cc9.html>

⁸ <http://www.moa.gov.cn/ztl/yhwj2018/zyhwj/>

⁹ Закон Китайской Народной Республики «Об электронной торговле».

(Продолжение вставки 1.1.)

Поскольку предпочтения потребителей сместились в сторону импортных фруктов на платформах электронной торговли, Правительство КНР взяло курс на более открытую торговую политику, направленную на упрощение импорта и снижение операционных издержек. Начиная с 2013 года Правительство КНР создало 11 свободных экономических зон (СЭЗ), продлило и подписало 14 Соглашений о свободной торговле (ССТ), снизило таможенные тарифы и ставки налога на добавленную стоимость (НДС) для многих трансграничных продуктов, продаваемых через каналы электронной торговли (*JD Research, 2018; Deloitte, 2018*). Такие меры торговой политики позволяют компаниям, занимающимся продажами через Интернет, закупать свежие импортные фрукты по более низким ценам и доставлять их с фермы на стол всего за 72 часа¹⁰. Поскольку для китайских потребителей важна узнаваемость бренда, компании электронной торговли свежими фруктами часто сотрудничают с их известными поставщиками, такими как «Zespri» из Новой Зеландии (поставки киви), «CapeSap» из Южной Африки, «Driscoll's» из США (поставки ягод), «FruitMasters» из Нидерландов и «Prize» из Чили¹¹. Кроме того, представители китайских компаний стали чаще посещать фермерские хозяйства и плантации за рубежом и заключать многолетние импортные соглашения со странами, выращивающими фрукты высокого качества. Например, компания «Alibaba» подписала трехлетнее соглашение с Таиландом о поставках дурианов сорта «Monthong» на сумму 3 млрд юаней (454 млн долларов США)¹². В 2015 году «FruitDay» стала первой из компаний, занимающихся электронной торговлей свежими фруктами, которая начала работать в свободной экономической зоне Яншань в Шанхае. Внутри СЭЗ транспортные контейнеры практически сразу после прибытия могут открываться для проверки качества, а процедура растаможки занимает всего 6-7 часов. Ранее таможенный досмотр занимал 3 дня, поскольку импортные грузы сначала разгружались и отправлялись в центр по контролю качества, расположенный за пределами порта, а затем доставлялись обратно для окончательной растаможки. Такое изменение позволило «FruitDay» не только снизить расходы на 20 процентов, но и значительно улучшить качество импортируемых фруктов за счет сокращения цепочки поставок¹³.

Помимо этого, росту электронной торговли свежими фруктами в Китае способствовали усилия частного сектора, направленные на расширение мощностей холодильного хранения и транспортировки, совершенствование логистики и повышение удобства для потребителей. Фрукты являются весьма скоропортящимся товаром и поэтому нуждаются в системах хранения и транспортировки с регулируемым температурным режимом. Несмотря на инвестиции правительства в научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) в области холодильных цепочек и приверженность политике создания «зеленых, безопасных и современных холодильных цепочек», их мощности в Китае остаются недостаточно развитыми (*The State Council, 2017; Zhao et al., 2018*). Высокие накладные расходы на дальние перевозки и доставку, в сочетании с низкой рентабельностью торговли фруктами изначально приводили к коммерческому провалу такого бизнеса (*Jin, Li and Li, 2017*). К 2016 году прибыльным оказался только 1 процент из 4 тысяч компаний, открытых за последнее десятилетие в сфере электронной торговли свежей продукцией. В одном только 2016 году обанкротились 14 компаний, занимавшихся этим бизнесом, в том числе «Yumtu 77», работавшая при поддержке «Amazon»¹⁴. Те, что удержались на плаву, вступили в партнерские отношения с интегрированными компаниями электронной торговли с целью увеличения объемов продаж и снижения удельных затрат на доставку своей продукции. Благодаря партнерству с «Alibaba», компании «Yiguo» удалось не только получить инвестиции для своей системы холодильного хранения («ExFresh»), но и воспользоваться логистической системой «Cainiao Network», опирающейся на большие данные «Alibaba». Увеличение мощностей холодильной цепи и совершенствование логистики позволяют компаниям, занимающимся электронной торговлей свежими фруктами, исполнять заказы покупателей в течение трех дней. Чтобы еще более снизить затраты на логистику холодильной цепочки, компании перешли с розничного формата «только онлайн» на формат «O2O» («онлайн-оффлайн»), создавая распределительные хабы вблизи мест проживания городских потребителей

(Продолжение вставки на следующей странице)

¹⁰ <http://sh.eastday.com/m/20150919/u1a9036500.html>

¹¹ <https://www.freshplaza.com/article/9021017/china-jd-com-wants-to-ship-fruit-from-all-over-the-world-to-china-in-48-hours/>

¹² http://www.sohu.com/a/228824995_117373

¹³ <http://www.ebrun.com/20150720/141367.shtml>; <http://sh.eastday.com/m/20150919/u1a9036500.html>

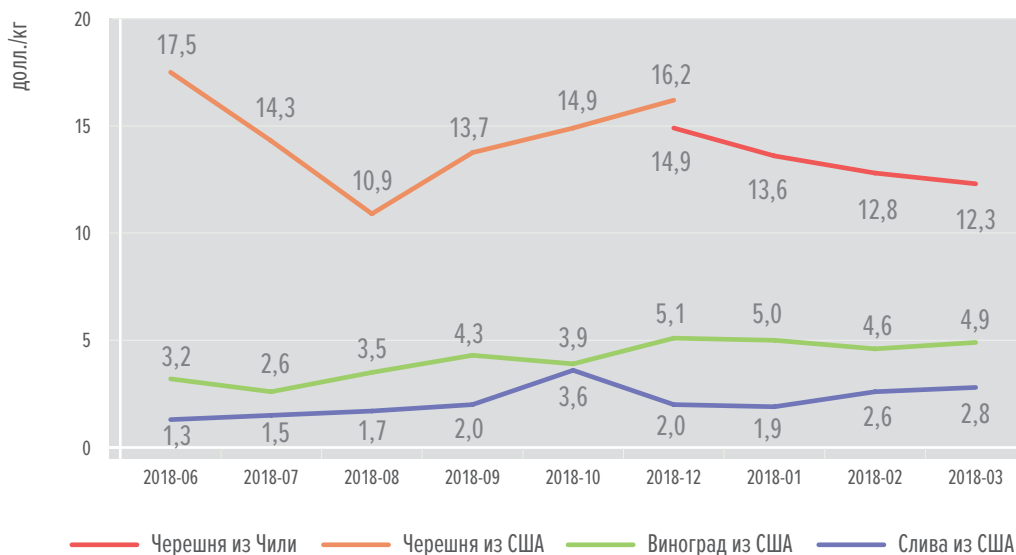
¹⁴ <https://news.newseed.cn/p/1334215>

(Продолжение вставки 1.1.)

и сокращая расстояния на конечном этапе доставки («последнюю милю»). Магазин «Нета» в группе «Alibaba», выполняющий в том числе функции традиционных («реальных») розничных продаж, открыл более 100 филиалов в 21 городе Китая¹⁵. «7Fresh», оффлайн-магазин «JD», в течение испытательного периода посещали более 10 тысяч покупателей в день (*MarketingToChina, 2019.*). Бизнес-модель «O2O» позволяет компаниям электронной торговли доставлять заказы покупателям, находящимся на близком расстоянии от их оффлайн-магазинов, менее чем за 30 минут¹⁶. Такие службы доставки экономят время покупателей и предлагают им удобство не в ущерб доверию или качеству.

Компании электронной торговли свежими фруктами завоевали доверие потребителей и повысили их готовность покупать фрукты через Интернет, предложив превосходный сервис и улучшив прослеживаемость продуктов. Многие покупатели опасаются покупать свежие фрукты через Интернет из-за сомнений по поводу качества. Чтобы завоевать доверие потребителей к онлайн-покупкам, компании «Yigu» и «FruitDay» ввели гарантии свежести продукции и условия возврата денег. В соответствии с этими правилами покупатели, недовольные качеством фруктов, могут легко запросить возврат денег или обмен через свое мобильное приложение, а доставщик заберет возвращаемый заказ от их двери. Такая политика гарантированной удовлетворенности покупкой успешно снизила неуверенность потребителей относительно качества фруктов при заказе онлайн и повысила их доверие к такому способу приобретения. Более того, компании электронной торговли используют цифровые технологии для улучшения прослеживаемости свежих фруктов. В рамках инициативы «Alibaba Miantianxing» онлайн-покупатели могут просканировать QR-код своего продукта и ознакомиться с информацией о нем, такой как место происхождения, условия выращивания и транспортировки, пищевая ценность. Лучшая прослеживаемость дополнительно повышает доверие потребителей, предоставляя им информацию, которая подтверждает безопасность и качество продуктов. В результате электронная торговля свежими фруктами добилась уровня удовлетворенности покупателей, на 3 процента превышающего степень их удовлетворенности при традиционной покупке через розничные сети (*BCG and AliResearch, 2016*).

Рисунок 1.6. Оптовые Цены на Импортные Черешню, Виноград и Сливы на Рынке Цзяннань в Гуанчжоу



Источник: <http://www.jnmarket.net/>

¹⁵ <https://www.freshhema.com/>

¹⁶ <https://new.qq.com/omn/20171214/20171214GOT2NH.html>

июль, после чего начала постепенно повышаться. Оптовая цена импортной сливы также была относительно стабильной в течение года, несмотря на резкий скачок в октябре. Цены на рынках Гуанчжоу и Пекина практически не отличаются. Оптовые цены на черешню, виноград и сливы по долгосрочным импортным контрактам с США демонстрируют аналогичные тенденции. Цены на черешню сильно колебались в течение года – от 60 до 120 юаней за килограмм. В первый раз они достигли максимума, когда ранняя черешня только появилась на рынке в мае-июне, а очередной пик наблюдался в ноябре-январе из-за высокого спроса во время праздничного сезона. Цены на виноград также немного поднялись к концу года. При этом цены на сливу в последние годы держатся на относительно стабильном уровне.

1.2. Возможности и Ограничения на Китайском Рынке для Экспортеров Фруктов из Центральной Азии

Страны Центральной Азии обладают необходимым потенциалом, чтобы воспользоваться растущими возможностями для импорта фруктов в Китай. Географическое положение региона, его природные ресурсы, потенциал для роста урожайности и расширение возможностей для частных инвестиций в ходе политических реформ создают необходимые предпосылки для увеличения экспорта плодоовощной продукции из центральноазиатских стран в Китай. Анализ в рамках данного исследования показывает, что Узбекистан, Таджикистан и Кыргызстан обладают сравнительными преимуществами в производстве и экспорте такой продукции благодаря благоприятным климатическим условиям и низким производственным затратам, что позволяет им стать конкурентоспособными на китайских рынках. Однако для достижения этой цели правительствам стран Центральной Азии и экспортерам фруктов необходимо устранить ряд существующих ограничений.

Воспользоваться возможностью, которую открывают китайские фруктовые рынки, не так

просто, и странам Центральной Азии необходимо многое сделать для этого. В первую очередь, китайские рынки требуют от стран-экспортеров стабильного качества и объема поставок свежих фруктов (см. Приложение 4). Во-вторых, выход на китайский рынок возможен только при условии наличия современных систем контроля качества, отлаженности логистических схем, соблюдения жестких требований как при производстве продукции, так и на последующих этапах, с тем чтобы обеспечить соответствие строгим стандартам безопасности пищевых продуктов, принятым в Китае. В-третьих, фрагментированность и конкурентная структура китайских фруктовых рынков требует постоянного контакта с китайскими партнерами на местах. В-четвертых, китайские потребители ценят привлекательную упаковку и продукты с узнаваемыми брендами. Согласно данным этого отчета, большинство производителей фруктов в странах Центральной Азии представляют собой мелких фермеров, у которых практически нет доступа к финансовым и информационно-образовательным ресурсам. В результате объемы их производства ограничены, а качество продукции нестабильно. Мелкие фермеры региона приспособились к торговле фруктами внутри своих стран через сети традиционных местных продавцов, однако выход на международные рынки требует более сложного оформления сделок, соблюдения необходимых процедур и достаточно крупных объемов производства. Мелкие производители из стран Центральной Азии в настоящее время не обладают для этого достаточным потенциалом. Уровень развития и технические возможности соответствующих государственных институтов (систем обеспечения качества и безопасности продовольствия, органов таможенного контроля и инспекций) пока не соответствуют требованиям китайских рынков, что ставит экспортеров из Центральной Азии в невыгодное положение по сравнению с ведущими поставщиками фруктов в Китай, такими как Чили или Соединенные Штаты Америки. Помимо этого, ограниченный потенциал в сфере содействия экспорту приводит к тому, что большинство региональных экспортеров не владеют информацией о возможностях, существующих на китайских рынках, и не понимают, какие требования предъявляются для выхода на них.

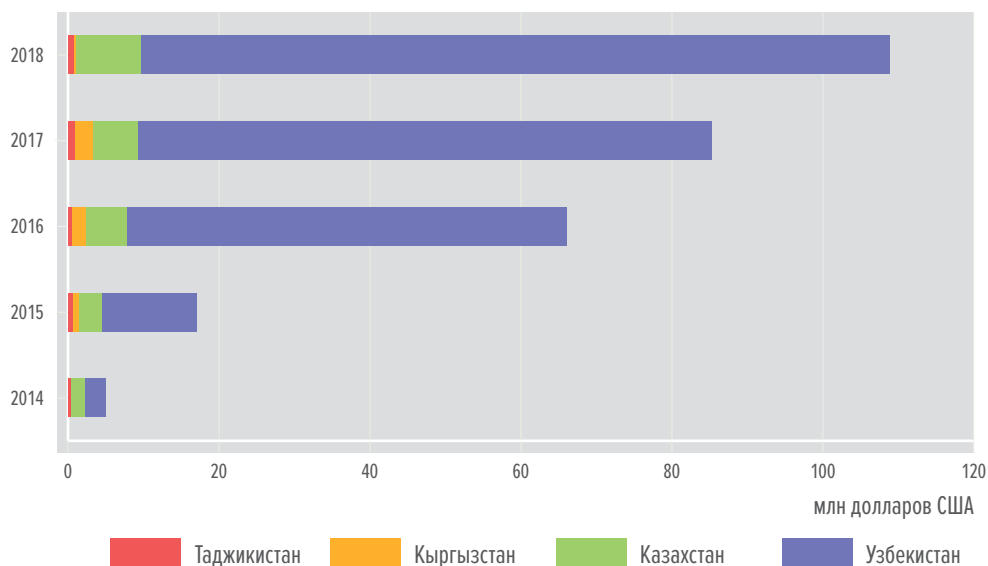
2. Россия 2030: Новые Тенденции на Традиционном для Стран Центральной Азии Рынке

Российская Федерация всегда была и остается традиционным рынком для свежих фруктов из Центральной Азии¹⁷. Согласно официальной торговой статистике, в 2018 году страны Центральной Азии экспортировали в Российскую Федерацию свежие фрукты на сумму 108,8 млн долларов США (Рисунок 2.1), что составило 25 процентов от общего объема их экспорта по данным статьям. Если учитывать сухофрукты и орехи, эта доля достигает 43 процентов. Следует отметить, что данная оценка скорее всего занижена, поскольку не включает неучтенный реэкспорт в Российскую Федерацию через Казахстан. В период с 2014 по 2018 год поставки фруктов из центральноазиатского региона на российский рынок выросли в 21 раз, главным образом за счет скачкообразного роста экспорта из Узбекистана, который увеличился с 2,8 млн

долларов США в 2014 году до 99 млн долларов США в 2018 году. Экспорт из Кыргызстана и Таджикистана за тот же период также значительно вырос – с 34 453 долларов США до 375 550 долларов США, и с 364 791 доллара США до 691 774 долларов США, соответственно.

Однако несмотря на традиционно большое присутствие центральноазиатских экспортеров на российском рынке косточковых фруктов, они медленно приспосабливаются к растущей здесь роли современных розничных сетей продуктовых магазинов. Такие сети развиваются в Российской Федерации ускоренными темпами, следуя траектории, наблюдаемой во многих развитых странах, и в значительной мере переключили на себя товаропоток с традиционных розничных рынков. По данным консалтинговой компании «Beragua» (*Beragua, 2014*), совокупные годовые темпы роста торговли продуктами питания через современные розничные сети за период 2007–2014 годов составили 25,5 процента, что почти вдвое превышает показатели по сектору розничной торговли продовольствием в целом – 13,3 процента. Согласно прогнозам, данная тенденция сохранится и в будущем. Доля

Рисунок 2.1. Экспорт Свежих Фруктов из Центральной Азии в Российскую Федерацию, Млн Долларов США



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

¹⁷ Свежие фрукты экспортируются под следующими кодами ТН ВЭД: 080610, 0807, 0808, 0809 и 0810.

традиционной розничной торговли продуктами питания в ее общем объеме за тот же период снизилась с 74 до 41 процента. Тем не менее, поставщики из Центральной Азии практически не имеют доступа к современным розничным сетям в Российской Федерации. Большинство поставляемых ими фруктов продаются на российских рынках под открытым небом, в летний сезон. Например, в 2018 году виноград, импортируемый для продажи в современных розничных сетях, поступал в основном из Турции и Индии, в то время как прямые поставки винограда из Центральной Азии в такие сети составляли всего 3 процента от общего объема экспорта.

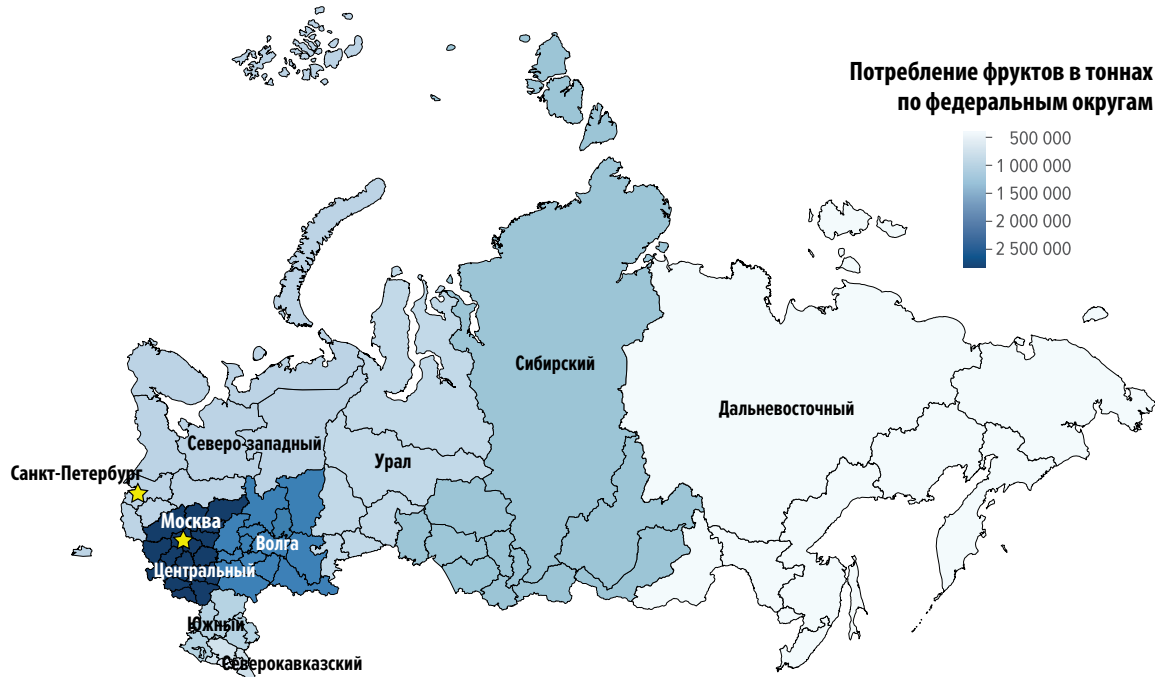
Рост масштабов и рыночной доли современных российских розничных сетей требует от экспортеров фруктов дополнительных усилий для проникновения в этот формат, но вместе с тем открывает перед ними и новые возможности. В соответствии с тенденцией, наблюдаемой в развитых странах, современные российские розничные сети становятся все более концентрированными и играют все более важную роль в импорте продуктов питания, включая импорт свежих фруктов. Как следствие, их требования в отношении стоимости, качества, безопасности и ассортимента продукции определяют то, какие экспортеры могут получить доступ для входа. Требования современных российских розничных сетей представляют собой барьер для участия в поставках тех экспортеров, которые не в состоянии их выполнить. При этом выгода для экспортеров, которые все-таки сумеют проникнуть в такие сети, может быть весьма существенной. Согласно российской таможенной статистике, средняя импортная цена за килограмм столового винограда, уплачиваемая розничными сетями, была до 30 процентов выше средней импортной цены.

Современные тенденции розничной торговли в Российской Федерации диктуются молодыми потребителями с более высоким уровнем доходов, которые являются основными покупателями свежих косточковых фруктов в стране. В то время как потребление продуктов питания в целом не эластично по доходам, на долю состоятельных потребителей приходится непропорционально большая доля покупок свежих фруктов. В Российской Федерации это особенно актуально для косточковых фруктов, которые занимают

не такую большую нишу на рынке из-за своей относительной дороговизны. В 2016 году в стране потреблялось 11,8 млн тонн фруктов, или в среднем 73,7 кг на человека (Рисунок 2.2). Тенденции их потребления определяют Москва и Санкт-Петербург – города с самым высоким уровнем жизни. В 2016 году на эти два города приходилось 11,4 процента (или 1,4 млн тонн) общего потребления фруктов в стране. Здесь отмечается наибольшее потребление фруктов на душу населения – 81,9 кг на человека в Санкт-Петербурге и 76,5 кг на человека в Москве, что объясняется более высоким уровнем доходов их жителей. Образованные и состоятельные потребители в этих мегаполисах предъявляют все больший спрос на фрукты, отвечающие повышенным стандартам качества и безопасности, которые удобно приобрести в ближайшем розничном магазине. Согласно исследованию, проведенному «FDF Group» (2015), к числу наиболее популярных среди российских потребителей фруктов относятся яблоки (80 процентов москвичей покупают их на регулярной основе), за ними следуют цитрусовые (40 процентов), бананы и виноград (30 процентов), а также груши (25 процентов). Косточковые фрукты менее востребованы. Например, по оценочным данным за 2018 год на закупки черешни приходилось всего два процента от общего объема импорта фруктов.

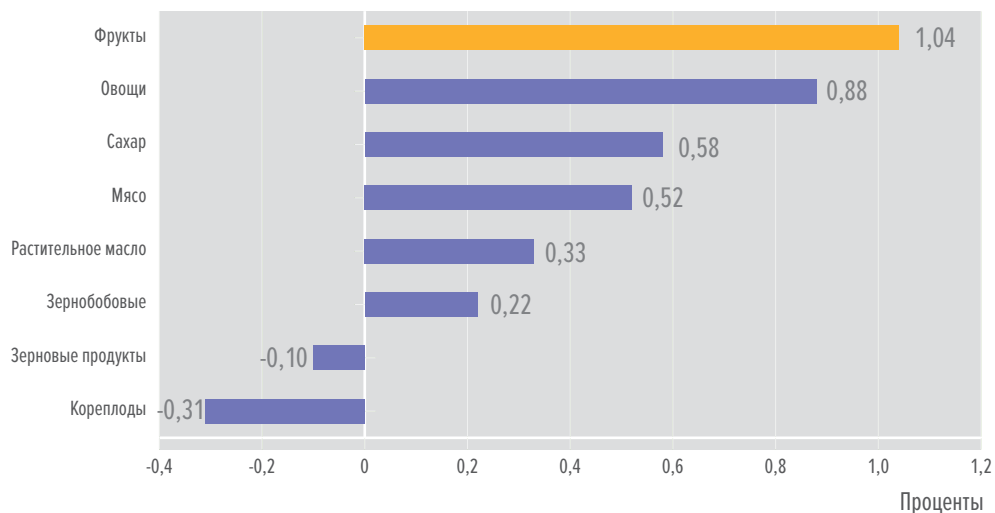
Увеличение доходов и изменение пищевых привычек населения ускорят рост спроса на свежие фрукты в Российской Федерации, создав возможности для тех экспортеров, которые сумеют приспособиться к складывающимся здесь тенденциям розничной торговли продуктами питания. Согласно прогнозам Международного исследовательского института продовольственной политики (IFPRI), сделанным в 2015 году, спрос на фрукты станет самой быстрорастущей категорией спроса на российском рынке продовольствия – его среднегодовые темпы роста составят 1,04 процента (Рисунок 2.3), а объем к 2030 году достигнет 11,4 млрд долларов США. Ожидается, что на фрукты, выращиваемые в зонах умеренного климата, будет приходиться 62 процента этого спроса. Такой растущий спрос открывает возможности для экспортеров фруктов из Центральной Азии, которые смогут расширить свое присутствие на российских рынках при условии, что сумеют соответствовать их требованиям по объему, стандартам качества и стабильности поставок,

Рисунок 2.2. Потребление Свежих Фруктов на Территории Российской Федерации по Федеральным Округам¹⁸



Источник: Федеральная служба государственной статистики (2019 г.).

Рисунок 2.3. Прогнозируемые Среднегодовые Темпы Роста Спроса на Продукты Питания в Российской Федерации, 2017–2030 гг.



Источник: Прогнозная модель IFPRI IMPACT (2015 г.); SSP2 сценарий без учета климатических изменений; Версия модели – IMPACT 3.2.1.

¹⁸ Географические границы, цвета, наименования и любая другая информация, приведенные на данной карте, не подразумевают какого-либо суждения о правовом статусе той или иной территории, какого-либо одобрения либо признания таких границ со стороны Группы Всемирного банка.

приспособившись к меняющемуся формату розничной торговли продовольствием. Способность экспортеров фруктов из Центральной Азии проникнуть в современные российские розничные сети послужит первым свидетельством их готовности соответствовать требованиям, предъявляемым мировыми экспортными рынками верхнего ценового сегмента.

2.1. Развитие Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации

В последние годы продажи продуктов питания через современные розничные каналы в Российской Федерации неуклонно росли, а через традиционные магазины и на открытых рынках постепенно снижались. Эта тенденция, скорее всего, сохранится и в будущем. В 2018 году на современные розничные каналы приходилось около 38,5 процентов российского продуктового рынка, однако их доля сильно различалась по регионам в зависимости от плотности населения и уровня доходов. Например,

Центральный федеральный округ (в состав которого входит г. Москва) является далеко не самым большим по размеру, но самым густонаселенным регионом Российской Федерации и остается крупнейшим розничным рынком страны: на его долю приходится 35 процентов общего объема современных розничных продаж. На Сибирский регион, который в девять раз превосходит Центральный по площади, приходится лишь 12 процентов современного розничного рынка, а на самый обширный Дальневосточный – только 5 процентов, что связано с низкой плотностью населения. Ожидается, что рост современных российских розничных сетей будет демонстрировать те же тенденции, которые наблюдаются в развитых странах. В 2016 году в Российской Федерации на одну тысячу жителей приходилось 170 кв. метров торговых площадей продуктовых магазинов, что существенно ниже среднего показателя по другим странам с развитой розничной сетью (284 кв. метра на тысячу жителей) (Рисунок 2.4).

Доля свежих продуктов, продаваемых в современных розничных магазинах, растет, особенно в крупных городах. Согласно опросу,

Рисунок 2.4. Развитие Современной Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации



Источник: компания «Nielsen» (Nielsen Company, 2016).

проведенному компанией «Nielsen» в июне 2016 года среди 1 000 респондентов, проживающих в 30 крупнейших городах по всей Российской Федерации, все больше потребителей предпочитают современные розничные магазины уличным рынкам при покупке свежих фруктов. В частности, 45 процентов опрошенных потребителей отдали предпочтение гипермаркетам в качестве места приобретения свежих фруктов и овощей; 50 процентов предпочитали дисконтные магазины; 23 процента – супермаркеты; и 43 процентам респондентов нравилось делать покупки на открытых рынках и ярмарках¹⁹. Обеспеченность площадями розничной торговли выше в крупных городах, где также наблюдается самое высокое потребление фруктов на душу населения. По данным «FDF Group» (*FDF Group, 2015*) в июле 2015 года в Москве супермаркеты были названы основным каналом приобретения свежей продукции – 92 процента опрошенных указали их в качестве места совершения своих покупок за последние три месяца. Традиционные рынки упомянули только 33 процента респондентов.

В 2018 году крупнейшим игроком на российском продуктовом рынке как по объему продаж, так и по количеству магазинов стала российская сеть «X5 Retail Group» (Таблица 2.1). За

ней следуют «Тандер», еще один отечественный игрок, и французская розничная сеть «Ашан». Большинство этих розничных компаний имеют в своем составе магазины различных форматов, в том числе супермаркеты, гипермаркеты, дисконтные магазины и магазины «у дома», что позволяет им удерживать покупателей независимо от того, как меняются их привычки при совершении покупок.

Онлайн-покупки превратились в самый быстрорастущий канал реализации продуктов питания в Российской Федерации. По данным «INFOLine», в 2018 году объем российского рынка онлайн-продаж продовольственных товаров вырос почти на 50 процентов по сравнению с 2017 годом и составил 353,8 млн долларов США. У компании «X5 Retail Group» этот рост был многократным – 600 процентов. Интернет-магазины есть и у других ритейлеров, включая «Ашан», «Ленту», «О'KEY» и «Азбуку вкуса». Оборот ведущей независимой службы доставки – «iGooods» – вырос с 6,1 млн долларов до 18,5 млн долларов США. Помимо нее существуют специализированные службы доставки фруктов и овощей, такие как fruitonline.ru, edoque.ru, multi-frutti.ru, fruitymarket.ru и другие. Наряду с обычными товарами, покупатели могут заказать фруктовые подарочные

Таблица 2.1. Пять Крупнейших Компаний Розничной Торговли Продуктами Питания в Российской Федерации по Объему Торгового Оборота

№	Компани-ритейлеры	Торговые сети	Страна происхождения	Прямой импорт продукции	Выручка от продаж (млрд долл.), 2017 г.	Годовые темпы роста, %	Число магазинов, декабрь 2018 г.
1	«X5 Retail Group»	«Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»	Российская Федерация	да	21,25	25,5	14 431
2	«Тандер»	«Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит Косметик»	Российская Федерация	да	18,78	5,8	17 442
3	«Ашан»	«Ашан», «Ашан Сити», «Наша Радуга», «Атак»	Франция	[нет данных]	6,41	-6,2	314
4	«Лента»	«Лента»	Российская Федерация	да	6,02	19,2	380
5	«Дикси»	«Дикси», «Виктория», «Мегамагарт»	Российская Федерация	да	4,65	-9,4	2 707

Источник: данные розничных сетей.

¹⁹ Респондентам можно было называть несколько точек реализации свежих фруктов.

наборы и коробки с сюрпризом. Хотя в целом объем онлайн-продаж остается пока ограниченным, они входят в число самых быстрорастущих сегментов розничной торговли.

Одной из движущих сил роста официальной розничной торговли за последние десять лет стало усиление государственного контроля над сбором НДС и акцизных платежей во всех секторах экономики. В результате произошла постепенная централизация розничной торговли, которая приобрела современный облик на фоне сокращения уличной торговли. В частности, в 2007–2008 годах шел активный снос уличных киосков и продуктовых ларьков; вторая волна их ликвидации пришлась на 2011–2016 годы. По сообщениям СМИ, в 2016 году в Москве было снесено более 2 тысяч киосков (из 16 тысяч), в Екатеринбурге – 250 (из 4 тысяч), и еще множество уличных торговых точек были демонтированы в других городах. Продуктовые рынки закрывались или меняли свой профиль. Например, в Москве несколько рынков превратились в гастрономические центры, где основные площади заняли точки общественного питания/фудкорты. Строгая фискальная политика повлияла также на традиционные оптовые рынки, такие как «Черкизовский» (Москва), «Покровский» (Москва), «Софийский» (Санкт-Петербург), «Овощебаза №4» (Екатеринбург) и «Хилокский рынок» (Новосибирск). Некоторые из них были закрыты полностью или частично; в других проводятся частые проверки со стороны налоговых и правоохранительных органов.

Молодые, образованные и более состоятельные покупатели стали еще одной движущей силой ускоренного роста современного формата розничной торговли. Миллениалы – первое поколение, родившееся после распада Советского Союза, – оказывают наиболее сильное влияние на развитие экономики. К этому слою общества принадлежит примерно 21 процент населения, или 30 миллионов человек. Миллениалы – активные пользователи Интернета и опытные покупатели, которые проверяют качество продуктов и реальную конкурентную цену. При совершении покупок они ценят скорость, простоту и комфорт. В последние годы интернет-магазины демонстрируют самые быстрые темпы роста

товарооборота. Еще одной тенденцией стала продажа продуктов питания, включая свежую продукцию, в удобной упаковке. Среди покупателей растет также внимание к узнаваемости брендов. Эта тенденция находит отражение в активном развитии брендинга в секторе свежей плодоовощной продукции. Местные производители следуют примеру мировых лидеров фруктовой индустрии и разрабатывают собственные торговые марки. На первый план выходят страна происхождения и прослеживаемость, поскольку при совершении покупки потребители обращают внимание на историю продукта, причем важную роль здесь играет эмоциональная составляющая. Покупатели стали более ответственно относиться к проблеме охраны окружающей среды и все больше интересуются экологически чистыми и полезными для здоровья продуктами. Спросом пользуются недорогие товары, отвечающие этим ожиданиям.

Образованные и состоятельные потребители в Москве и Санкт-Петербурге предпочитают более качественные и безопасные продукты, которые удобно приобрести в ближайшем розничном магазине. Согласно опросам, проведенным среди ведущих российских ритейлеров, российские покупатели ищут безопасные и высококачественные свежие фрукты со стойким приятным ароматом и вкусом, которые можно купить в удобном месте и по выгодной цене. Это сформировало следующие требования к фруктовой продукции, которые российские розничные сети предъявляют своим поставщикам:

- ✓ **Качество и безопасность продукции:** фрукты должны иметь привлекательный внешний вид, хорошую форму, текстуру, вкус и аромат, удовлетворяющие запросам покупателей²⁰. Если объем выбракованной продукции в партии превысит лимит, указанный в инструкциях по поставке товара в распределительный центр розничной сети, то приемка товара будет отклонена. В целях устранения рисков для здоровья населения и защиты своей репутации, современные ритейлеры сделали требования к безопасности пищевых продуктов и фитосанитарные стандарты своими приоритетами. Некоторые розничные

²⁰ См. Приложение 8, где приводится подробная информация о требованиях ведущих розничных сетей к качеству свежих косточковых фруктов.

сети премиум-сегмента устанавливают собственные фитосанитарные правила для поступающей продукции. Все это требует наличия современных систем контроля качества и безопасности пищевых продуктов и отлаженности логистических схем, позволяющих гарантировать, что продукты выращиваются и затем хранятся в наилучших условиях.

- ✓ **Надежность поставок:** организованные рынки требуют долгосрочной бесперебойности и гарантированного объема поставок. Это повышает требования к организации логистики и длительности сезона поставок.
- ✓ **Конкурентное ценообразование:** российские потребители крайне экономны, поскольку их покупательная способность за последний год снизилась в связи с экономическим кризисом. Акционные предложения по сниженным ценам стали основным стимулом, а иногда и единственной причиной для совершения покупки. Увеличилась доля продаж товаров по акции: в 2016 году она составляла 53 процента, в 2017 году – 58 процентов, а в 2018 году возросла до 64 процентов. Чтобы стимулировать продажи, средняя скидка в категории продуктов питания в 2018 году увеличилась с 20 до 23 процентов. Поставщики должны быть в состоянии удерживать низкие цены, сохраняя при этом высокое качество и стабильность поставок.

Чтобы компенсировать снижение цен, супермаркеты стараются сокращать собственные накладные расходы, сотрудничая с меньшим количеством и более крупными поставщиками и избегая посредников. Это также одна из причин, по которой все больше розничных сетей самостоятельно занимаются импортом фруктов, закупая их напрямую.

- ✓ **Ассортимент и предпродажная подготовка:** помимо расширения видового ассортимента и разнообразия сортов продаваемых свежих фруктов, отдельные розничные продавцы ориентируются на запросы потребителей, которые ищут уникальную продукцию, – например, органические, фермерские или экзотические фрукты. Большое значение имеют поставки продуктов гарантированного качества, а также их прослеживаемость. Формат розничной торговли, ориентированный на таких потребителей, развивается в крупнейших городах и их пригородных зонах. С целью привлечения покупателей может использоваться дополнительная предпродажная подготовка для получения продукции с улучшенными свойствами, такой как вымытые и очищенные фрукты, готовые к немедленному употреблению. Предпочтение также отдается поставщикам, которые в состоянии удовлетворять требования к качеству упаковки, в частности, используют стандартные коробки, мелкую расфасовку и европоддоны.

Вставка 2.1. Обзор Требований Розничных Сетей к Импортным Фруктам (Пример «X5 Retail Group»)

1. Требования к продукту

Нормативно-правовые требования:

- ✓ Фитосанитарные: отсутствие карантинных объектов, бактерий, плесени или вирусов
- ✓ Пищевая безопасность: отсутствие остаточного содержания пестицидов или микроорганизмов
- ✓ Прослеживаемость: возможность отследить начального производителя продукта и владельцев всех последующих звеньев производственно-сбытовой цепочки (с помощью соответствующих печатных или электронных документов)
- ✓ Сопроводительная документация
 - Товарная накладная
 - Сертификат соответствия
 - Карантинные фитосанитарные документы

(Продолжение вставки на следующей странице)

(Продолжение вставки 2.1.)

- Карантинный сертификат (выдается, когда товар покидает карантинную фитосанитарную зону)
- Акт государственного фитосанитарного контроля
- Сертификат, подтверждающий отсутствие карантина в конкретных географических районах
- ✓ Маркировка – в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза «Маркировка пищевой продукции»

Дополнительные требования розничной сети:

- ✓ Стандарты качества (подробнее см. в Приложении 8):
 - Требования к допустимому минимуму
 - Требования к зрелости
 - Классификация
- ✓ Требования к сортности
- ✓ Требования при приемке:
 - Требования к качеству при приемке
 - Требования к размерам при приемке
- ✓ Требования к внешнему виду продукции:
 - Однородность
 - Упаковка
 - Происхождение продукта
 - Характеристики продукта

2. Требования к транспортировке

Существуют конкретные требования, которые должны соблюдаться при доставке товара в распределительный центр. К их числу относятся требования к упаковке товара, правилам транспортировки, температурным режимам и т. д. Все эти требования указываются в договорах на поставку:

- ✓ Свежие фрукты и овощи должны доставляться в распределительный центр специально оборудованными транспортными средствами
- ✓ Кузов грузовика должен быть чистым, без посторонних запахов и предметов
- ✓ Все поддоны в кузове грузовика должны быть аккуратно выровнены и удобно установлены для разгрузки. Если грузовик не заполнен полностью, поддоны должны быть закреплены специальными тросами, ремнями или рейками, чтобы обеспечить их устойчивость и не допускать повреждений при транспортировке

3. Требования к поддонам/паллетам

- ✓ Товар в любых коробках должен поставляться только на европоддонах
- ✓ Овощи, поставляемые в сетках, должны быть уложены на широкие поддоны
- ✓ Весь товар, размещенный на одном поддоне, должен иметь один и тот же номер SKU (артикул), срок годности, тип упаковки и примерно одинаковый вес одной единицы
- ✓ Все коробки и сетки должны быть чистыми и прочными, чтобы обеспечить сохранность товара на всех этапах транспортировки и реализации
- ✓ Товар, размещаемый на поддонах, не должен выступать за их края, с тем чтобы при транспортировке не возникли проблемы и вынужденные остановки
- ✓ Товар в сетках и ящиках должен быть обернут упаковочной стрейч-пленкой; самый нижний ряд на поддоне должен быть прочно закреплен к дну поддона
- ✓ Товар в картонных коробках должен быть укреплен уголками и лентой/скотчем

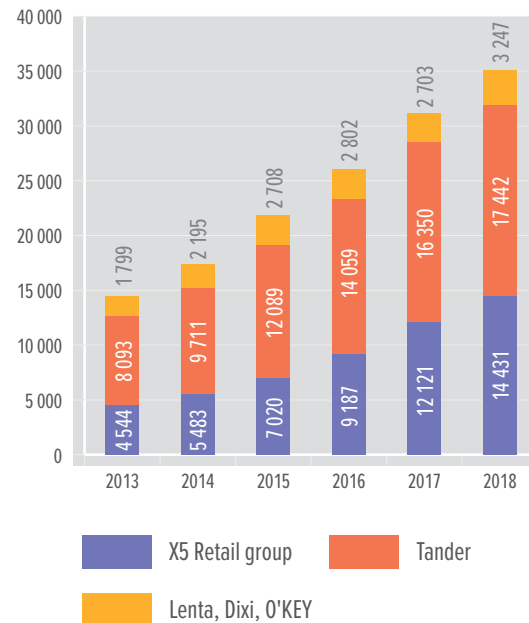
Важной характеристикой современной розничной торговли продуктами питания в Российской Федерации является растущая концентрация

рынка, в результате которой в секторе продажи фруктов доминирует лишь несколько ключевых игроков. Ожидается, что в течение

следующих нескольких лет консолидация розничного сектора продолжится, преимущественно в рамках первой десятки крупнейших компаний. За период 2017–2018 годов количество магазинов, принадлежащих ведущим розничным торговым группам в Российской Федерации («Тандер», «Х5», «Дикси», «Лента», «Ашан»), выросло более чем на 30 процентов (Рисунок 2.5). Стоит также отметить, что в розничных сетях все больше доминируют ритейлеры федерального уровня, в то время как региональные игроки часто вынуждены уходить с рынка, сталкиваясь с более низкой покупательной способностью и часто проигрывая в ценовой конкуренции. В настоящее время концентрацию рынка розничной торговли продуктами питания можно считать умеренной. Однако прогнозы экспертов говорят о том, что в ближайшем будущем десятка ведущих ритейлеров будет контролировать более 60 процентов этого рынка, а доля современной розничной торговли может превысить 80 процентов при уменьшении доли традиционных каналов. По мере того, как будут увеличиваться размеры и доля на рынке ведущих компаний розничной торговли, будет расти и их влияние на национальные стандарты качества и безопасности пищевой продукции.

Еще одной особенностью современных российских розничных сетей является их растущая роль как прямых импортеров свежих фруктов. Исторически поставками импортных фруктов в различные регионы страны занимались специализированные компании-импортеры и оптовые посредники. Однако в последние десять лет современные розничные сети стали играть все более важную роль в импорте фруктов, совершая закупки самостоятельно. Четыре из пяти крупнейших розничных компаний в стране занимаются прямым импортом свежей плодоовощной продукции (Таблица 2.1). Кроме того, «Х5 Retail Group» и «Тандер», два крупнейших российских ритейлера, лидируют еще и в создании логистических цепочек поставок фруктов. В настоящее время в стране насчитывается около 100 распределительных центров, принадлежащих крупнейшим игрокам розничного рынка. Около 40 процентов из них (а именно 42) принадлежат «Х5 Retail Group», при этом компания продолжает открывать новые центры. Так, в 2017 году она

Рисунок 2.5. Растущая Концентрация Современной Розничной Торговли Продуктами Питания (Число Магазинов, Входящих в Подконтрольные Сети)



Источник: компания «Nielsen» (Nielsen, 2018).

запустила в эксплуатацию семь распределительных центров общей площадью 166 700 кв. метров. Еще 37 распределительных центров принадлежат «Тандер». «Х5 Retail Group» закупает напрямую у зарубежных поставщиков из более чем 25 стран половину продаваемых через ее сети импортных фруктов и ягод²¹. Более мелкие ритейлеры федерального уровня, в том числе «Лента», «Дикси», «О'KEY», «Спар» и «Семья», а также региональные ритейлеры, включая сибирскую розничную сеть «Мария-Ра» и дальневосточную «Самбери», также занимаются прямыми импортными закупками. В таких условиях для сохранения присутствия на российских розничных рынках экспортерам необходимо поддерживать тесные и стабильные отношения с ритейлерами.

Прямые импортные поставки позволили компаниям сократить количество посредников и, как следствие, снизить потребительские цены, а также регулировать ассортимент в периоды пикового спроса. До недавнего

²¹ <https://ru.reuters.com/article/companyNews/idRUL5N1ND1VV>

времени важную роль в поставках свежей продукции по территории всей страны играли региональные оптовики. Они закупали продукцию на оптовых базах, в основном в Москве или Санкт-Петербурге, и далее поставляли ее региональным ритейлерам и в традиционную розничную сеть, либо продавали другим посредникам по всей стране. Из-за этого в доставке фруктов до потребителя могло участвовать от четырех до пяти посредников. С увеличением роли компаний розничной торговли в прямом импорте продукции цепочка посредников сократилась, а оптовики постепенно превращаются в поставщиков услуг по упаковке и логистике для этих ритейлеров. В таких условиях предпочтение отдается тем поставщикам, которые способны удовлетворять требования розничной торговли к товарному качеству продукции (размер, форма, механические дефекты), ее упаковке и гарантированным объемам поставок.

2.2. Фрукты из Центральной Азии на Российских Розничных Рынках: Пример Поставок Столового Винограда

Доля ведущих компаний розничной торговли в импорте свежей фруктовой продукции варьируется в зависимости от ее вида и срока хранения. Степень участия ритейлеров в прямых импортных закупках того или иного фрукта определяется тем, насколько он скоропортящийся. Логистика прямых импортных поставок не позволяет сортировать продукцию при доставке в распределительный центр, поэтому ее состояние должно быть идеальным, а процент брака – минимальным. Если доля выбракованного товара превышает лимит, указанный в инструкциях по приемке товара в распределительном центре, то поставка не принимается. Если инспекторы отказывают в приемке товара на складе ритейлера, то после этого невозможно поменять грузополучателя и продать товар через альтернативный канал, поскольку в импортной документации указывается конкретный грузополучатель (ритейлер). А это значит, что весь

контейнер отклоненного товара будет отнесен к потерям. Как следствие, ритейлеры импортируют очень ограниченные объемы скоропортящихся фруктов, таких как черешня.

Соответственно, растет доля розничных компаний в прямом импорте столового винограда, относящегося к менее скоропортящимся продуктам. В 2018 году крупнейшие российские ритейлеры импортировали 52 тысячи тонн, или 19,4 процента²² всего ввезенного винограда. «Тандер» и «X5 Retail Group» стали его ведущими импортерами в Российской Федерации. По оценкам экспертов, в 2018 году они совместно закупили за рубежом 43 тысячи тонн столового винограда, или 16 процентов от общего объема российского импорта этого продукта (из них 10 процентов, или примерно 27 тысяч тонн, приходится на «Тандер» и 6 процентов, или 16 тысяч тонн, – на «X5 Retail Group»). Поскольку виноград является традиционной статьёй экспорта из Центральной Азии в Российскую Федерацию, этот рынок может послужить интересным примером для оценки выгод и проблем, связанных со входом в организованные российские розничные сети.

В 2018 году Российская Федерация вышла на четвертое место в мире по импорту свежего столового винограда (код ТН ВЭД 080610) после США (585 тысяч тонн), Нидерландов (417 тысяч тонн) и Германии (311 тысяч тонн). В 2018 году Российская Федерация импортировала 295 тысяч тонн свежего столового винограда на сумму 319 млн долларов США. Российский импорт восстановился в 2017 году после резкого спада 2014–2016 годов, достигнув пика за последние пять лет – почти 363 тысяч тонн. Общий объем рынка винограда (включая винные сорта и изюм) также достиг пика в 923 тысячи тонн, что сказалось на ценах, которые упали до рекордно низкого уровня (в долларовом выражении). Внутреннее производство практически не влияет на динамику импорта, поскольку страна по-прежнему зависит от поставок этого товара из-за рубежа.

Согласно статистическим данным Федеральной таможенной службы РФ, в 2018 году

²² Эта доля представляет собой только прямой импорт крупнейших ритейлеров и не отражает долю столового винограда, продаваемого через каналы современной розничной торговли.

центральноазиатские страны экспортировали 19,5 процентов российского рынка столового винограда. Однако эта доля сильно занижена из-за неучтенного реэкспорта через страны Евразийского экономического союза (Таблица 2.2). Согласно российской импортной статистике, в 2018 году страны Центральной Азии экспортировали в страну 57,8 тысяч тонн столового винограда на сумму 39,5 млн долларов США. На сегодняшний день крупнейшим поставщиком столового винограда в Российскую Федерацию является Узбекистан: в 2018 году было поставлено 48 тысяч тонн винограда на сумму 38,2 млн долларов США. Однако данные об импорте из Центральной Азии могут быть существенно занижены из-за неучтенного реэкспорта через страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Например, в 2018 году Таджикистан экспортировал 5 700 тонн свежего столового винограда в Казахстан и 10 700 тонн – в Кыргызстан. Согласно рыночной информации, значительная доля этого объема была реэкспортирована в Российскую Федерацию, что делает Таджикистан вторым по величине экспортером столового винограда из Центральной Азии на российский рынок. Согласно экспортной статистике Кыргызстана, в 2018 году эта страна экспортировала в Российскую Федерацию 2 351 тонну столового винограда, увеличив поставки по сравнению с 2017 годом (1 783 тонны).

В ходе интервью с таджикскими экспортерами было подтверждено, что большая часть как винограда, так и слив поставляется в Российскую Федерацию по неофициальным каналам и реэкспортируются под видом продукции из Кыргызстана или Казахстана. Импортёры из Кыргызстана или Российской Федерации ведут прямые переговоры с фермерами при поддержке так называемых «консолидаторов», которые помогают организовать бригаду по сбору и упаковке урожая и сформировать необходимый объем. Виноград и сливы загружаются в авторефрижераторы без предварительного охлаждения и надлежащей сортировки, что сказывается на сроке их хранения и, в конечном итоге, на конкурентоспособности. В результате таджикские экспортеры получают более низкие цены за свою продукцию.

Условия неофициальных поставок могут быть упрощенными и экономически более выгодными по сравнению с официальным экспортом, однако использование этих каналов не позволяет экспортерам из Центральной Азии войти в официальные розничные сети. Одним из ключевых преимуществ неофициального экспорта является то, что изменение страны происхождения с Узбекистана/Таджикистана на Казахстан/Кыргызстан позволяет сэкономить до 8 процентов при уплате НДС. Ставка НДС в Казахстане и Кыргызстане составляет 12 процентов, а в Российской Федерации – 18 процентов.

Таблица 2.2. Российский Импорт Столового Винограда из Стран Центральной Азии, Тонн²³

Экспортеры	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Все страны мира	399 998	379 318	358 822	328 279	252 240	193 160	362 866	295 679
Узбекистан	64 343	46 794	446	338	13 440	24 534	38 422	47 932
Казахстан	-	-	1 026	1 095	19	8 137	843	9 653
Таджикистан	287	101	222	148	113	73	450	170
Кыргызстан	442	24	-	-	183	72	632	-
Центральная Азия, всего	65 072	46 919	1 248	1 581	13 755	32 816	40 347	57 755
% от общего объема поставок, всего	16,3	12,4	0,3	0,5	5,5	17,0	11,1	19,5

Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

²³ Разные цвета используются для дифференциации мировых и региональных сводных показателей от данных по странам.

Федерации – 20 процентов. Кроме того, в данном случае на водителей грузовых автомобилей не распространяются международные правила безопасности, действующие при экспорте фруктов, что может вдвое сократить время перевозки (поскольку водителям не нужно делать обязательные остановки в пути). Расчет наличными в обход банковской системы также позволяет экспортерам экономить на налогообложении, что повышает их доходность. Но такие «серые» каналы экспорта часто не дают установить страну происхождения продукта, что становится основным камнем преткновения для обеспечения прослеживаемости и снижает возможности для брендинга продукции высокого качества, такой как фрукты из Центральной Азии. Более того, существующие «серые» каналы не требуют от производителей/консолидаторов применения точных методов финансового планирования и учета, что снижает доверие к ним со стороны финансовых организаций и не позволяет получать кредиты для инвестиций в основной капитал. В целом, поставки через «серые» экспортные каналы делают невозможным выход на официальные российские розничные рынки, и в результате экспортеры вынуждены продавать свой товар по более низким ценам.

Турция является основным конкурентом Центральной Азии в экспорте винограда в Российскую Федерацию, где уже завоевала сильные позиции на розничных рынках. Турция выступает основным поставщиком винограда в Российскую Федерацию: на ее долю в 2018 году приходилось 40 процентов (или 162 тысячи тонн) данного рынка. Розничные сети получали виноград в основном из Турции: в частности, его доля в прямых импортных закупках российских ритейлеров составляла 35–65 процентов от общего объема. На долю Индии приходилось 15–35 процентов. Для сравнения, прямые поставки винограда из Центральной Азии в современную розничную сеть ограничивались 3 процентами от общего объема экспорта (всего 1 490 тонн). Сибирский ритейлер «Мария-Ра» в 2018 году импортировал 1 100 тонн свежего столового винограда из Узбекистана, установив рекорд среди российских ритейлеров по объему его прямых поставок из Центральной Азии. Еще 450 тонн винограда из Узбекистана закупил «Тандер». Около 130 тонн ритейлеры импортировали из Таджикистана.

Один из факторов успеха Турции заключается в ее способности гарантировать качество, ассортимент, упаковку и объемы продукции в соответствии с потребностями розничной торговли. Стать ведущим может только поставщик, который в состоянии обеспечить долгосрочные и стабильные поставки свежей продукции. Налаживание нового канала поставок требует от ритейлера тщательной проверки помещений поставщика и выполнения других административных процедур, что предполагает определенные расходы. Поэтому ритейлеры предпочитают иметь дело с экспортерами, которые берут на себя поставки коммерческих объемов винограда в течение длительного периода времени. Турецкие поставки начинаются в июле и достигают максимума в сезон с августа по ноябрь, при этом небольшие объемы можно получать и в период с декабря по февраль (Таблица 2.3). В отличие от Турции, около 80 процентов общего объема экспорта из Узбекистана и Казахстана поступает в Российскую Федерацию в период с августа по октябрь.

Еще одним конкурентным преимуществом турецких поставщиков является то, что они предлагают широкий ассортимент продукции, поставляя как традиционные, так и современные сорта, предназначенные для различных сегментов рынка. Это еще один важный фактор, который следует учитывать экспортерам винограда из Центральной Азии. Столовый виноград из этого региона десятилетиями был в летнем меню российских потребителей, однако на эту тенденцию может повлиять изменение вкусовых предпочтений. Потребители считают, что природно-климатические условия Центральной Азии, включая состав почв и солнечный климат, являются идеальными для выращивания столового винограда. Кроме того, основная часть фруктов производится с минимальным использованием химикатов, что свидетельствует о высоком потенциале для увеличения экспорта органической продукции. В целом, репутация фруктов из Центральной Азии работает в пользу расширения продаж производимого в регионе столового винограда. Традиционные сорта, выращиваемые в Центральной Азии, включают «Тайфи» (более 30 процентов узбекского экспорта), «Хусейни», «Кишмиш», «Победу» и «Дамские пальчики». Это исконно центральноазиатские сорта, которые знают и ценят российские потребители.

Таблица 2.3. Российский Импорт Столового Винограда из Основных Стран-экспортеров, Тонн в Месяц²⁴

Экспортеры	июль 2017 г.	август 2017 г.	сентябрь 2017 г.	октябрь 2017 г.	ноябрь 2017 г.	декабрь 2017 г.	январь 2018 г.	февраль 2018 г.	Всего
Турция	8 522	27 263	37 246	44 578	30 604	12 667	1 730	102	162 712
Республика Молдова	0	1 355	3 961	11 604	14 922	11 233	6 027	2 800	51 903
Узбекистан	844	6 773	12 728	11 926	4 817	773	92	84	38 038
Казахстан	1 376	5 843	5 548	4 574	2 589	55	620	497	21 102
Другие	10 382	4 639	4 408	6 959	4 907	7 723	7 345	9 346	55 709
Всего	21 124	45 873	63 891	79 642	57 839	32 451	15 815	12 830	329 464
% импорта из Узбекистана и Казахстана	11	28	29	21	13	3	5	5	-
% импорта из Турции	40	59	58	56	53	39	11	1	-

Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

В то же время современные сорта, такие как «Red Globe», бескосточковые «Crimson Seedless» и «Thompson Seedless», часто приносят экспортерам большую прибыль и востребованы ритейлерами круглый год. Эти сорта в Центральной Азии не выращиваются. Ожидается, что данная тенденция сохранится и приведет к снижению цен на виноград с косточками.

Цены, уплачиваемые компаниями розничной торговли, почти на 30 процентов выше средних импортных цен, что выгодно турецким поставщикам. Средняя цена, которую экспортеры получали за килограмм продукции в случае ее прямых закупок розничными компаниями, была до 30 процентов выше, чем средняя импортная цена. Например, средняя цена на виноград из Узбекистана в 2018 году составляла 49,6 руб./кг, а розничные сети платили за него от 67 до 71 руб./кг. Средняя цена на виноград из Таджикистана по счетам-фактурам составляла 85 руб./кг, а при прямых поставках ритейлерам – от 86 до 109 руб./кг. Турецкий виноград продавался на экспорт в среднем по 62 руб./кг, а напрямую в российскую розницу поставлялся по цене от 68 до 82 руб./кг. Следует, однако, отметить, что это сравнение может быть не совсем

корректным из-за того, что оптовики иногда занижают цены в счетах-фактурах для уменьшения суммы НДС. Приведенное ниже сопоставление (Таблица 2.4) иллюстрирует трудности, с которыми сталкиваются официальные импортеры (включая ритейлеров), конкурируя с другими рыночными игроками, занижающими расходы на налоги и сборы.

Таблица 2.4. Средние Импортные Цены: Среднее Значение по Импорту в Целом и по Прямым Контрактам Ритейлеров

Страна происхождения	Средняя импортная цена, руб./кг	Средняя импортная цена при прямых поставках в розницу, руб./кг
Турция	62,3	53,1–82,0
Узбекистан	49,6	67,7–71,1
Республика Молдова	21,4	67,2
Индия	173,2	95,2–140,1
Таджикистан	85,9	109,0

Источник: интервью с участниками рынка.

²⁴ Окрашивание в разные цвета ячеек, содержащих данные о доле различных стран в ежемесячном импорте винограда на российские рынки, используется для того, чтобы обозначить сезонность поставок.

Вставка 2.2. Экспорт Фруктов из Турции: Факторы Успеха

В последние годы экспорт фруктов из Турции вырос как в количественном, так и стоимостном выражении и стал более конкурентоспособным на рынках Российской Федерации и Европейского Союза (ЕС) (Günes et al., 2017; Larson et al., 2014). Объемы поставок фруктов, рассматриваемых в данном отчете, таких как абрикосы и черешня, существенно увеличились по сравнению с 2000 годом. Успех Турции в наращивании их экспорта обусловлен рядом факторов и является результатом усилий как частного, так и государственного сектора.

Исследования и разработки в сфере селекции новых сортов и совершенствования агротехнических приемов позволили улучшить качество продукции, сделав турецкие фрукты более привлекательными для зарубежных рынков. Правительство Турции активно финансирует НИОКР в области выращивания фруктов. При финансовой поддержке правительства научно-исследовательские институты Министерства продовольствия, сельского хозяйства и животноводства, а также университеты проводят исследования по адаптации и выведению новых сортов, дающих продукцию высокого качества. В результате этих исследований были получены новые сорта фруктов, пользующиеся спросом в высоком ценовом сегменте на внутреннем и международном рынках, такие как сорт черешни «Ziraat 0900». Правительство и научно-исследовательские институты распространяют новые знания и внедряют агротехнические приемы посредством организации обучающих курсов и демонстрационных участков (Günes et al., 2017).

- ✓ **Увеличению объемов производства фруктов в Турции способствовали передовые агротехнические приемы, в частности, выращивание в теплицах.** В южных регионах страны абрикосы, сливы и бананы могут выращиваться в тепличных условиях. В 2015 году в теплицах было произведено 728 тонн абрикосов и 110 тонн слив. Правительство возмещает 50 процентов страховых взносов за теплицы, что стимулирует фермеров делать инвестиции в их строительство (Günes et al., 2017).
- ✓ **Правительство Турции стимулирует выращивание высококачественных фруктов путем субсидирования фермеров, использующих официально сертифицированные саженцы.** Министерство продовольствия, сельского хозяйства и животноводства оказывает поддержку зарегистрированным фермерам, закладывающим новые сады с использованием стандартных саженцев карликовых фруктовых деревьев, выделяя им по 1 500 турецких лир на гектар таких садов. Чтобы стимулировать посадку высококачественных саженцев фруктовых деревьев, фермерам, которые покупают сертифицированные государством карликовые саженцы, выплачивается по 4 000 турецких лир на гектар. Если фермеры хотят улучшить свои сады с помощью прививки деревьев, они могут рассчитывать на 2 500 турецких лир на гектар. В общей сложности, в 2017 году правительство выделило 28 млн турецких лир (8 млн долларов США) на поддержку приобретения сертифицированных саженцев плодовых деревьев (USDA Foreign Agricultural Service, 2017). По данным Н.Гюнеса и соавторов (Güneş et al., 2017), уровни финансовой поддержки для фермеров, закладывавших новые сады с использованием карликовых саженцев, в течение сезона 2017 года заметно варьировались: от 72 до 103 евро наличными (около 460–660 турецких лир по обменному курсу 2019 года). Независимо от размеров такой помощи, субсидирование приобретения сертифицированных саженцев стимулирует производство фруктов в Турции, обеспечивая большую плотность насаждений. Государственная поддержка также повышает экспортный потенциал за счет мер по предотвращению передачи болезней через почву и стимулирования выращивания высококачественных фруктов.
- ✓ **Льготные государственные кредиты под низкую процентную ставку, а также рост частного кредитования улучшили доступ фермеров к материально-техническим ресурсам и ускорили внедрение новых технологий.** Министерство продовольствия, сельского хозяйства и животноводства занимается предоставлением долгосрочных льготных кредитов как напрямую, так и через сельскохозяйственные кредитные кооперативы (СКК) (Özdemir, 2005); ставки по этим кредитам снижены от 25 до 100 процентов (Kusek et al., 2017). Еще одним традиционным государственным кредитором выступает «Ziraat Bank». Эти учреждения выдают льготные кредиты на «выращивание растений в теплицах, использование сертифицированных саженцев, выращивание сертифицированных растений, органическое сельское хозяйство, передовые методы ведения сельского хозяйства и т.д.». В рамках «Программы поддержки инвестиций в развитие сельской местности» предоставляются гранты

(Продолжение вставки на следующей странице)

(Продолжение вставки 2.2.)

на строительство мощностей по переработке и упаковке продукции. Другие виды поддержки включают страхование садов и 50-процентный грант для компаний на закладку новых питомников саженцев плодовых деревьев. Помимо субсидированного кредитования со стороны государственного сектора, сельскохозяйственным производителям доступны кредиты от все большего числа коммерческих банков. Доля частного сектора в кредитовании сельского хозяйства выросла с 28 процентов в 2010 году до 37 процентов в 2014 году²⁵. 88 процентов заявителей на получение таких кредитов указали, что средства будут направлены на закупку материально-технических ресурсов.

- ✓ **Расширению мощностей холодильного хранения и послеуборочной переработки продукции способствовала, помимо прочего, финансовая поддержка со стороны Министерства экономики.** В период с 2001 по 2014 год турецкое правительство выделило 453 млн евро на строительство складов холодильного хранения общей площадью 488 628 кв. метров. Благодаря этим инвестициям число объектов холодильного хранения увеличилось с 17 в 1970 году до 1 861 в 2015 году, а совокупная вместимость достигла 7 млн куб. метров. Что касается переработки, в период с 2001 по 2014 год правительство профинансировало строительство и модернизацию 83 упаковочных предприятий на сумму 47,2 млн евро. В своей работе Гюль и др. отмечают, что наличие современной инфраструктуры пищевой промышленности способствовало росту экспорта черешни (*Gul et al., 2016*). Улучшение условий хранения и переработки фруктов продлило срок их хранения, подняло цены на рынке и сократило объем послеуборочных отходов. Все вместе, это стимулировало рост производства фруктов.

2.3. Возможности и Ограничения для Экспортеров Фруктов из Центральной Азии на Современном Российском Розничном Рынке

Несколько обстоятельств указывают на то, что экспортеры фруктов из Центральной Азии обладают мощным потенциалом, позволяющим им воспользоваться растущим спросом на фрукты на российском рынке. Центральноазиатские страны обладают сравнительными преимуществами для производства экспортной плодоовощной продукции благодаря благоприятным климатическим условиям и низким производственным затратам. Кроме того, в этих странах – а именно в Узбекистане, Таджикистане и Кыргызстане – имеются уникальные по составу почвы, идеально подходящие для садоводства. Более полная реализация этого производственного потенциала позволила бы экспортерам из Центральной Азии удовлетворить ожидаемый рост спроса на фрукты на российском рынке по мере того, как потребители становятся все более состоятельными и внимательнее относятся к рациону своего питания. Длительная совместная история,

объединяющая страны, тесные культурные и коммуникационные связи облегчают экспортерам из Центральной Азии работу на российском рынке. Растущий интерес к здоровому образу жизни среди конечных потребителей и спрос на органическую продукцию открывают дополнительные возможности для проникновения центральноазиатских производителей в современные розничные сети. Тем не менее, чтобы успешно войти в официальные розничные сети, экспортерам из Центральной Азии необходимо устранить несколько существующих ограничений.

Центральноазиатские поставщики, как правило, оторваны от современных российских сбытовых цепочек, поскольку испытывают сложности с обеспечением качества, безопасности и стабильности поставок фруктов, требуемых современными розничными сетями. Интервью, проведенные с российскими ритейлерами и центральноазиатскими экспортерами в ходе исследования, показали, что поставщикам из Центральной Азии часто не хватает потенциала для стабильных поставок высококачественной продукции, соответствующей нормам и требованиям современных розничных сетей. Причиной тому являются несколько факторов:

²⁵ В число коммерческих банков, которые расширили кредитование сельского хозяйства, входят *Sekerbank, Denizbank, Anadolu Bank, Finansbank, Vakifbank, Halkbank, Is Bank, Garanti Bank, Akbank, Yapi Kredi* и *Turkey Economy Bank*.

✓ **Неформальный характер и непрозрачность цепочек поставок фруктов в Центральной Азии.** Существующие цепочки поставок фруктов в Центральной Азии в основном строятся на личных отношениях, что во многих случаях приводит к приемке некачественной продукции в упаковочных цехах и ее дальнейшему экспорту в Российскую Федерацию. В ходе интервью несколько российских компаний розничной торговли отметили проблемы с качеством продукции, поставляемой в их распределительные центры, что говорит о том, что оно было сомнительным еще до отгрузки. Такие неудачные поставки в розничную сеть подрывают репутацию региона. Кроме того, современный розничный сектор Центральной Азии находится в зачаточном состоянии. На рынке по-прежнему доминируют базары и традиционные магазины. В результате, у местных производителей не сформировался опыт поставок как в свои региональные, так и в российские торговые сети.

✓ **Фрагментированное производство и длинные цепочки поставок.** Производство плодоовощной продукции в Центральной Азии сильно фрагментировано: она выращивается мелкими дехканскими и фермерскими хозяйствами, из-за чего во внутренних и экспортных продажах задействованы многочисленные посредники. Разрозненные и многочисленные источники поставок не позволяют проследить партии товаров. Производители также не получают от заказчиков обратной связи о необходимых изменениях в процессе производства и послеуборочной обработки, что помогло бы им снизить вероятность претензий к качеству в будущем. Конкретная информация, содержащаяся в таких претензиях, позволяет делать выводы о том, как тот или иной способ сбора урожая и послеуборочной обработки влияет на качество партии фруктов: срок хранения плодов (твердость, повреждения шкурки, гниль), их физиологические свойства (минеральный баланс, спелость) и товарное качество (размер, цвет, вкус, форма).

✓ **Неосведомленность о требованиях розничной торговли и неспособность их соблюдать.** В целях устранения рисков для

здоровья населения и защиты своей репутации, современные российские ритейлеры сделали требования к безопасности пищевых продуктов и фитосанитарные стандарты своими приоритетами. Чтобы соответствовать таким требованиям и стандартам, экспортеры должны быть знакомы со всеми последними изменениями российского законодательства о пестицидах, допустимых уровнях остаточного содержания вредных веществ и безопасности пищевых продуктов. Производителям из Центральной Азии часто не хватает знаний о требованиях к производству и послеуборочной обработке, таких как измерение оптимальной зрелости фруктов, сбор урожая при минимальных уровнях сахара по шкале Брикса, а также поддержание оптимальной температуры и влажности при хранении фруктов. В частности, нередки случаи, когда интервал между сбором урожая и размещением на складе превышает пять часов (к примеру, максимально допустимый интервал в Чили составляет три часа). Не вполне осознается важность холодильной цепи и ее влияние на длительность хранения продукции. Например, при условии контроля температуры и относительной влажности столовый виноград может храниться от семи до восьми месяцев вплоть до весны, что позволило бы центральноазиатским поставщикам увеличить продолжительность периода поставок российским ритейлерам и продавать продукцию по более высоким ценам в межсезонье.

✓ **Короткий сезон поставок.** Организованные рынки требуют долгосрочных бесперебойных поставок в постоянных объемах. В настоящее время сезон поставок продукции из Центральной Азии короче, чем у успешных стран-конкурентов, таких как Турция. Мелкомасштабность производства, а также большое число сортов, подчас выращиваемых в одном и том же саду, затрудняют стабильные поставки в достаточных объемах, которые требуются организованным рынкам. Например, продукция для каждой поставки в розничную сеть должна быть одной и той же партии и ботанического сорта (помологического или ампелографического), а также упакованной в одинаковые контейнеры.

- ✓ **Отсутствие брендинга/торговых марок.** Фрукты из Центральной Азии часто продаются как товары без какого-либо брендинга. Кроме того, страну происхождения фруктов часто трудно установить из-за многочисленных посредников, занимающихся поставками фруктов в этом регионе. Это затрудняет продвижение продукции под флагом конкретной страны. В целом, репутация продукции из Центральной Азии среди конечных потребителей невысока.
- ✓ **Ограниченный человеческий потенциал.** По результатам интервью, проведенных с российскими ритейлерами, человеческий

фактор входит в число проблем, препятствующих налаживанию сотрудничества с экспортерами из Центральной Азии. Уровень образования и обучение работников играют большую роль в условиях внедрения современных технологий. Люди накопили многолетний опыт выращивания и сбора фруктов, но иногда это мешает применению новых правил/подходов. Кроме того, не хватает компетентности в административных вопросах. Ключевым фактором успешных поставок фруктов в современные розничные сети, помимо качества и цены, является прозрачность и правильное оформление экспортной документации.

3. Конкурентоспособность Экспорта Продукции Садоводства из Центральной Азии

В данном разделе представлены результаты анализа конкурентоспособности экспорта агропродовольственной продукции из Центральной Азии, целью которого было определить те сектора, где страны региона обладают потенциалом для превращения своих сравнительных преимуществ в производстве продукции в конкурентные преимущества на зарубежных рынках, позволяющие нарастить объемы поставок и диверсифицировать экспорт. Подробно рассматриваются цепочки производства и сбыта черешни, свежих абрикосов, свежих слив и столового винограда в Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане и выявляются главные ограничения, не позволяющие этим странам реализовать свой экспортный потенциал на китайских рынках импортной продукции садоводства и на российских рынках верхнего ценового сегмента (а именно в сетях супермаркетов).

В рамках исследования выполнен расчет выявленных сравнительных преимуществ (ВСП) для широкого перечня агропродовольственных товаров, импортный спрос на которые в Китае будет с большой вероятностью быстро расти вплоть до 2030 года. К числу таких товаров относятся²⁶ зерно пшеницы, молоко, говядина, свинина, баранина, сахар, соя (соевые бобы, шрот и масло), подсолнечник (семена и масло), рапс (семена) и несколько видов продукции садоводства, включая виноград, абрикосы (свежие и сушеные), сливы (свежие и сушеные), черешню, грецкие орехи (в скорлупе) и арбузы.

Для более узкого списка продукции, в экспорте которой страны Центральной Азии могут стать конкурентоспособными или повысить свою конкурентоспособность на китайском рынке, был произведен расчет коэффициента стоимости внутренних ресурсов (СВР). Выбор таких видов продукции основывался на мнениях экспертов, консультациях со стейкхолдерами и результатах анализа ВСП. Расчеты СВР проводились

в несколько этапов: выбор региона, определение хозяйств, сбор данных о производственных затратах минимум четырех хозяйств, анализ структуры затрат и выбор хозяйств с наилучшими показателями. Для сбора информации о производственных затратах выбирались регионы с наибольшим объемом производства конкретной продукции.

3.1. Выводы по Странам: Кыргызстан

Краткие Выводы

- ✓ Результаты анализа экспортной конкурентоспособности и консультации со стейкхолдерами показали, что продуктами с наибольшим потенциалом для экспорта из Кыргызстана в Китай являются черешня, грецкие орехи, абрикосы (свежие) и сливы (свежие и сушеные).
- ✓ По данным Международного торгового центра (2018), экспортный потенциал свежих абрикосов, черешни и слив оценивается в 17,1 млн долларов США в год, однако по состоянию на 2018 год он реализован лишь на 21 процент.
- ✓ Черешня из Кыргызстана экспортируется в основном в Российскую Федерацию (74,9 процента) и Казахстан (13,3 процента). Однако начиная с 2015 года растет экспорт и в Китай, на который в настоящий момент приходится 11,3 процента поставок.
- ✓ Цены, которые киргизские экспортеры получают за свою черешню в Китае, ниже тех, что уплачиваются основным поставщиком из других стран. Однако они все равно выше, чем в Российской Федерации и Казахстане, даже с учетом транспортных расходов.
- ✓ Чтобы увеличить свое присутствие на китайских импортных рынках и в современной российской розничной торговле, необходимо уменьшить негативное воздействие

²⁶ В порядке ожидаемых темпов роста импорта.

или устранить ряд ограничений в цепочках производства и сбыта отдельных видов продукции садоводства, для чего требуется последовательная и всесторонняя поддержка со стороны государства. К числу проблем, которые требуют своего решения, относятся:

- **Ограничения на уровне производства/послеуборочной обработки/маркетинга:** ограниченные объемы производства и сложности с формированием крупных товарных партий из-за мелкотоварности производства фруктов; низкое качество и/или недостаточное количество материально-технических ресурсов (таких как орошение, семена и саженцы высокого качества, удобрения и финансирование); большое число посредников в производственно-сбытовой цепочке, что приводит к значительным ценовым потерям для производителей фруктов; слабый уровень развития холодильных цепочек и систем хранения, в том числе в самих хозяйствах; высокий уровень неформальности и непрозрачности отношений в цепочках поставок; низкая осведомленность производителей фруктов об агротехнических приемах и послеуборочной обработке, методах хранения на внутрихозяйственном уровне, использовании новых технологий, удобрений и агрохимикатов, стандартах качества и управлении финансами.

- **Технические барьеры/институциональные ограничения:** отсутствие требуемого потенциала для обеспечения безопасности и качества пищевой продукции на государственном уровне; слабые возможности для содействия экспорту; неразвитость агро-логистической инфраструктуры; громоздкие административные процедуры, связанные с экспортом; ограниченные инвестиции в НИОКР в секторе садоводства; низкий уровень проникновения Интернета, что не позволяет экспортерам воспользоваться возможностями быстрорастущей электронной торговли на мировых фруктовых рынках.

На основе результатов расчета ВСП и СВР, а также мнений экспертов киргизские свежие абрикосы, грецкие орехи, сливы (свежие и сушеные), черешня и молоко были признаны продуктами с высоким конкурентным потенциалом для выхода на китайские рынки (Таблица 3.1; для получения более подробной информации см. Приложения 6 и 7). Результаты расчета ВСП указывают на то, что свежие абрикосы, грецкие орехи и свежие сливы являются продуктами, обладающими самыми большими сравнительными преимуществами. Кыргызстан уже сейчас входит в число крупнейших стран-экспортеров грецких орехов в мире. Они поставляются в несколько стран, включая Китай. По мнению киргизских экспертов, их страна в состоянии нарастить экспорт грецких орехов, в том числе в Китай, при условии расширения плантаций

Таблица 3.1. Оценка Конкурентоспособности Экспортной Продукции: Кыргызстан*

Продукт	Нетто-экспорт (среднее значение за 2015–2017 гг., долл. США)	ВСП (среднее значение за 2013–2017 гг.)	СВР (2018 г.)
Свежие абрикосы	2 605 524	78,7	0,77
Грецкие орехи (в скорлупе)	7 331 118	29,0	0,56
Свежие сливы	637 057	13,4	0,72
Черешня	505 818	7,5	0,17
Сушеные сливы	210 043	3,2	0,29
Молоко	2 930 699	1,4	0,43

* – для получения более подробной информации о методологии и результатах см. Приложения 3, 6 и 7.

Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.), расчеты специалистов Всемирного банка.

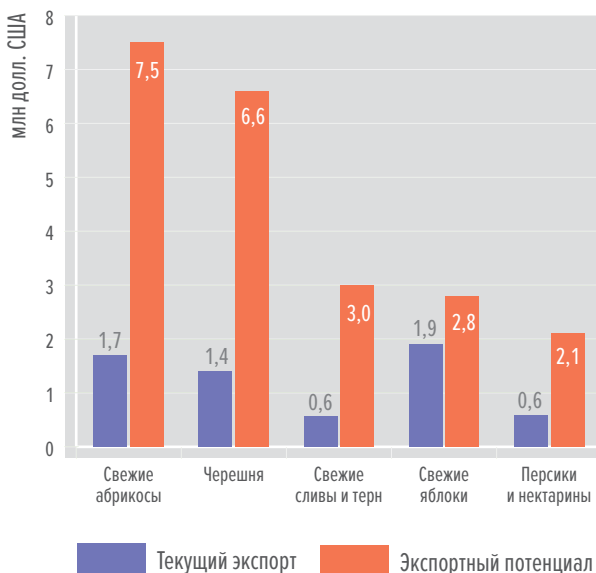
и повышения урожайности. Абрикосы являются одними из самых популярных фруктов для выращивания и употребления в Кыргызской Республике. По разным оценкам, в стране насчитывается более 15 тысяч гектаров абрикосовых садов. Исторически Кыргызстан всегда был нетто-экспортером свежих абрикосов, которые поставлялись в основном в Российскую Федерацию и Казахстан. Однако экономический кризис, начавшийся в этих странах в 2014 году, привел к существенному сокращению экспорта киргизских абрикосов. В результате в 2017 году объем их экспортных поставок составил всего 2 тысячи тонн по сравнению с 14 тысячами тонн в 2013 году. Сливы в Кыргызстане менее популярны, чем абрикосы. Тем не менее, в период 2013–2017 годов страна экспортировала в среднем 4 тысячи тонн слив в год. Чернослива обладает конкурентными преимуществами с точки зрения эффективности производства, так как его себестоимость в Кыргызстане весьма низкая. Тем не менее, результаты расчета ВСП показывают, что в настоящее время экспорт

чернослива из Кыргызстана нельзя считать конкурентоспособным, если сравнивать его с другими проанализированными продуктами. Свежая черешня обладала самыми большими сравнительными преимуществами по результатам расчета коэффициента СВП – он оказался значительно ниже единицы и составил всего 0,17. Урожайность черешни в Кыргызстане постоянно растет с 2007 года, но все еще отстает от показателей основных мировых экспортеров. Это указывает на потенциал для дальнейшего наращивания ее производства и экспорта при условии повышения урожайности, особенно с учетом невысоких производственных затрат.

Оценки Международного торгового центра (МТЦ)²⁷ также показывают, что свежие абрикосы, черешня и сливы обладают самым высоким экспортным потенциалом среди свежих фруктов, выращиваемых в Кыргызстане (Рисунок 3.1). Их экспортный потенциал оценивается в 17,1 млн долларов США в год, однако по состоянию на 2018 год он реализован лишь 21 процент. Помимо этого, экспортный потенциал грецких орехов (в скорлупе и очищенных) оценивается в 18,1 млн долларов США и также практически не реализован. Реализация экспортного потенциала кураги и чернослива составляет всего 13,5 процентов, однако по оценке МТЦ он и так невелик – 2,6 млн долларов США для кураги и 1,9 млн долларов США для чернослива.

Реализация имеющегося потенциала требует не только увеличения объемов экспорта, но и диверсификации его направлений с тем, чтобы выйти на рынки, предлагающие более высокие цены за свежие киргизские фрукты. В настоящее время география поставок абрикосов, слив и черешни остается ограниченной – эти фрукты продаются в основном в Российскую Федерацию и Казахстан (Рисунок 3.2). В среднем, Кыргызстан ежегодно экспортирует 2,6 млн тонн свежих абрикосов, преимущественно в Казахстан и Российскую Федерацию. Согласно рыночным источникам, большие объемы киргизских абрикосов неофициально экспортируются в Таджикистан, где они перерабатываются в сухофрукты, которые затем реэкспортируются

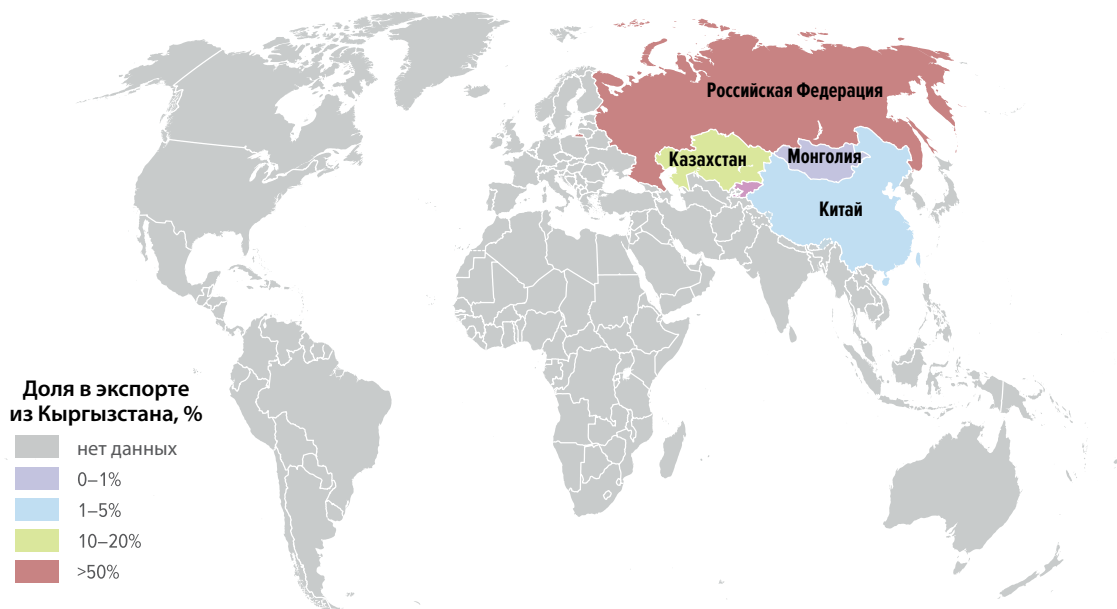
Рисунок 3.1. Экспортный Потенциал Свежих Фруктов из Кыргызстана



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

²⁷ Оценка экспортного потенциала выполнялась на основе структурной модели, в соответствии с которой потенциальная стоимость экспорта определялась исходя из объемов предложения в экспортирующей стране, спроса на существующих и новых рынках, а также уровня двусторонних связей внутри каждой из пар анализируемых стран.

Рисунок 3.2. Географическое Распределение Экспорта Абрикосов, Черешен и Слиव из Кыргызстана, 2018 г.²⁸



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).
IBRD 44976 | APRIL 2020

обратно в Кыргызстан. Примечательно, что после вступления Кыргызской Республики в ЕАЭС география ее поставок в страны Союза существенно изменилась. В 2014 году, до вступления в ЕАЭС, многие киргизские предприниматели предпочитали проводить таможенную очистку на границе с Казахстаном, а затем переправлять экспортируемую продукцию дальше в Российскую Федерацию. Для них это было проще с точки зрения процедур и непосредственной близости, а также обеспечивало дополнительную экономию, поскольку казахстанские ставки НДС были ниже российских. В результате практически 93 процента экспорта рассматриваемых фруктов шло через Казахстан. В 2014 году лишь небольшие партии товаров отправлялись напрямую в Российскую Федерацию. Однако после того, как Кыргызская Республика официально вступила в ЕАЭС, ситуация изменилась. По данным за 2018 год, доля экспорта в Российскую Федерацию выросла до 73 процентов и продолжает расти, а доля экспорта в Казахстан

сократилась до 12,5 процентов и продолжает снижаться.

Черешня из Кыргызстана экспортируется в основном в Российскую Федерацию (74,9 процента) и в Казахстан (13,3 процента), однако начиная с 2015 года растет и экспорт в Китай, который составляет уже 11,3 процента от общего объема (согласно оценке за 2018 год). Рост экспорта киргизской черешни в Китай является одним из результатов растущего торгового сотрудничества между двумя странами (Вставка 3.1) и может использоваться в качестве примера для изучения специфики выхода на китайские рынки. В мае 2015 года КНР и Кыргызская Республика подписали протокол об экспорте черешни, который призван гарантировать соответствие поставляемой из Кыргызстана черешни китайским фитосанитарным требованиям. После отправки в 2015 году пробной партии размером 2,7 тонны объема экспорта в Китай неуклонно росла. К июлю 2018 года уже 14 производителей

²⁸ Географические границы, цвета, наименования и любая другая информация, приведенные на данной карте, не подразумевают какого-либо суждения о правовом статусе той или иной территории, какого-либо одобрения либо признания таких границ со стороны Группы Всемирного банка.

Вставка 3.1. Торговая Кооперация Между Кыргызстаном и КНР: События Недавнего Времени

Кыргызстан уделяет повышенное внимание развитию экономических связей с Китаем, включая торговлю агропродовольственной продукцией. В ряде недавно принятых Кыргызстаном документов, определяющих национальную стратегию развития²⁹, Китай упоминается в контексте общего социально-экономического сотрудничества и развития транзитного потенциала. «Программа развития экспорта Кыргызской Республики на 2019–2022 гг.» устанавливает цели по увеличению объемов экспорта молочной продукции, переработанных фруктов и овощей на китайский рынок.

Поскольку Кыргызстан является членом ЕАЭС, он является и стороной «Соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и КНР», подписанного 17 мая 2018 года. В настоящее время Соглашение ратифицировано всеми подписавшими его сторонами, в том числе Кыргызстаном (Закон Кыргызской Республики №26 от 19 февраля 2019 года). Оно не содержит преференциальных условий и предусматривает расширение сотрудничества в области нетарифных барьеров, таможенного администрирования и упрощения процедур торговли; кроме того, в него включены положения о сближении законодательства в сфере транспорта, промышленной кооперации и инвестиций. Соглашение затрагивает сельское хозяйство в числе других областей, где стороны договорились развивать сотрудничество (помимо сельского хозяйства, к ним относятся инфраструктура, научные исследования, обмен технологиями, развитие транспортных коридоров, охрана окружающей среды и финансовое регулирование).

В июне 2018 года Президент Кыргызстана Сооронбай Жээнбеков подписал **«Декларацию о стратегическом партнерстве с КНР»**, которая помимо прочего включает соответствующие статьи о сельском хозяйстве:

- ✓ Обе стороны договорились укреплять сотрудничество в области инспекции, карантина и мониторинга при импорте/экспорте скота и сельхозпродукции, а также в области охраны здоровья животных и плодовых растений с помощью передовых методов профилактики и лечения болезней.
- ✓ Китай приветствует импорт «высококачественных, экологически чистых» продуктов из Кыргызской Республики и будет стремиться предоставлять Кыргызской Республике необходимые квоты.
- ✓ Обе стороны будут работать над стимулированием инвестиций в аграрный сектор.
- ✓ Обе стороны также подписали протокол об инспекционных, карантинных и фитосанитарных процедурах, связанных с экспортом черешни и бахчевых культур из Кыргызстана в Китай.

черешни, в основном из Баткенской области, заключили соглашения о поставках с китайскими партнерами. В течение 2018 года Кыргызстан экспортировал на этот рынок в общей сложности 68,7 тонн черешни на сумму 217,8 тысяч долларов США. Кроме того, в последние три года Китай и Кыргызская Республика укрепляют сотрудничество в области санитарных и фитосанитарных (СФС) мер, расширяя потенциал для экспорта черешни и другой продукции садоводства.

В ходе интервью киргизские экспортеры черешни отмечали, что китайские покупатели сами находят сады в Кыргызстане, проверяют их на соответствие требованиям качества

и подписывают прямые контракты с местными фермерами. Основными поставщиками черешни в Китай являются крупные сады; они обычно продают черешню, которую сами и выращивают. К экспорту допускается только та черешня, которую китайские партнеры проверили в садах. С китайской стороны компании, которые покупают черешню в Кыргызстане и импортируют ее в Китай, обычно представляют собой малые или средние предприятия, занимающие небольшую долю местного рынка (не более одного процента). Согласно китайскому законодательству, импорт может осуществляться только китайским предприятием. По этой причине местные производители из Кыргызстана не занимаются

²⁹ «Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018–2040 гг.»; «Единство, доверие, созидание – Программа развития Кыргызской Республики на период 2018–2022 гг.»; «Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию экспорта Кыргызской Республики на 2019–2022 гг.».

таможенным оформлением или транспортировкой товаров, экспортируемых в Китай. Как правило, вывозимые товары передаются покупателю непосредственно в хозяйстве или на складе, либо доставляются до границы. Основные партии черешни транспортируются из Бишкека в Китай воздушным транспортом. Главные города назначения – это Урумчи (расположен вблизи западной границы Китая) и Шанхай. 14 июня 2019 года первая партия черешни была отправлена из Бишкека в Урумчи наземным транспортом. Интенсификация использования наземного транспорта является результатом реализации инициативы «Один пояс – один путь». Помимо фитосанитарных требований, китайские импортеры уделяют большое внимание надлежащей упаковке и сортировке фруктов. Для экспортеров крайне важно не допускать ошибок и выполнять все требования строго в соответствии с пунктами контракта, подписанного с китайскими партнерами. Опрошенные производители рассказали, что китайские импортеры, как правило, прекращают работать с предприятиями, которые не выполняют требований контракта или фальсифицируют поставляемую продукцию.

Китайские рынки обещают большой по объему спрос на продукцию киргизских экспортеров фруктов, а также более высокие цены по сравнению с теми, что предлагаются на традиционных для Кыргызстана рынках – казахстанском и российском. Цены, которые можно получить за киргизскую черешню в Китае, ниже тех, что уплачиваются основным поставщикам этой ягоды из других стран. Однако они все равно выше, чем в Российской Федерации и Казахстане, даже с учетом транспортных расходов. По оценкам МТЦ, в 2018 году цена за килограмм киргизской черешни на рынках Китая составляла 3,17 доллара США. Для сравнения, в том же сезоне продукция других крупнейших стран-поставщиков, таких как Канада, США и Турция, стоила 6,82 долл./кг, 6,04 долл./кг и 5,33 долл./кг, соответственно. Такая разница предположительно связана с тем, что потребители не так хорошо знакомы с черешней из Кыргызстана, а качество ее послеуборочной обработки и упаковочных материалов хуже, чем у конкурентов.

Помимо более низкой цены, которую киргизские экспортеры получают за свои фрукты в Казахстане и Российской Федерации,

Таблица 3.2. Сравнение Цен на Черешню, Получаемых Экспортерами в Китае

Экспортер	Цена за единицу продукции (долл./кг), 2018 г.
Канада	6,82
США	6,04
Турция	5,33
Кыргызстан	3,17
Цены, получаемые киргизскими экспортерами в Российской Федерации	1,49
Цены, получаемые киргизскими экспортерами в Казахстане	0,71

Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

слишком большая зависимость от поставок на эти рынки делает киргизский экспорт зависимым от макроэкономических или политических потрясений, которые могут происходить в этих странах. В частности, Кыргызстан до сих пор испытывает побочный эффект российского экономического кризиса, который привел к девальвации валюты как в Российской Федерации, так и в Казахстане в 2014 году. В результате в 2015 году экспорт фруктов, рассматриваемых в данном отчете, в стоимостном выражении упал на 76 процентов, а в физическом – на 59 процентов по сравнению с 2014 годом. В 2018 году показатели экспорта по-прежнему оставались ниже уровня 2014 года: на 37 процентов по стоимости и на 62 процента – по физическому объему. Кроме того, участвовавшие случаи запретов на ввоз и более строгий пограничный контроль киргизской продукции со стороны Казахстана в последние годы также негативно сказались на экспорте киргизских фруктов. В мае 2018 года Казахстан объявил, что вся сельскохозяйственная продукция (включая рассматриваемые в отчете фрукты), поступающая из Кыргызстана, будет проходить более тщательную проверку на границе. Это вызвало длительные задержки: количество досмотренных грузовиков в сутки сократилось с 40 до 4, что привело к образованию длинных многокилометровых очередей и порче больших объемов перевозимой продукции.

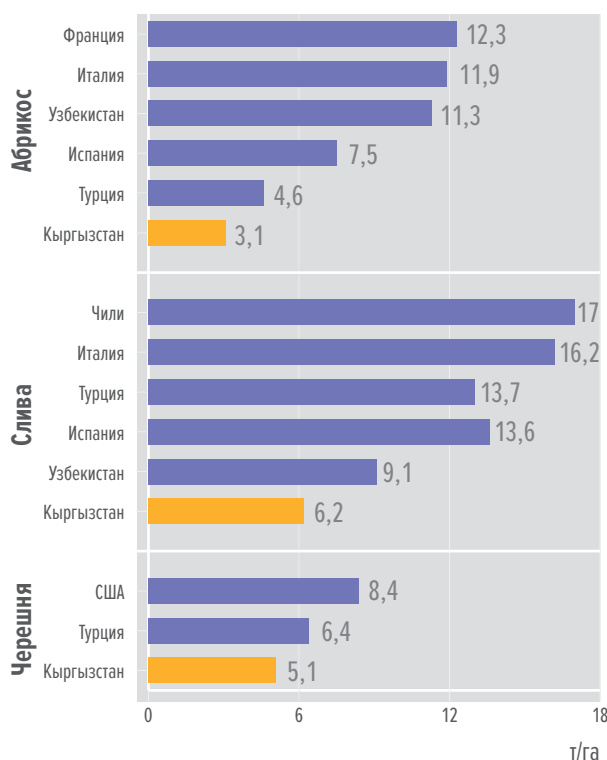
По итогам консультаций с местными экспортерами и обзора литературы выявлен ряд

ограничений, не позволяющих Кыргызстану реализовать свой потенциал экспорта фруктов в Китай и на российские рынки современного формата. Проблемы производства и маркетинга, традиционно сопряженные с мелкими размерами садоводческих хозяйств, лежат в основе целого ряда серьезных препятствий, мешающих стране наращивать поставки на рынки, предлагающие более высокие цены. Ситуация усугубляется ограниченностью институционального потенциала и неразвитостью инфраструктуры.

В Кыргызстане выращиванием абрикосов, слив и черешни занимаются в основном мелкие фермеры, не имеющие стабильного доступа к финансовым ресурсам. Большинство производителей фруктов в Кыргызстане представляют собой мелкие хозяйства, что ограничивает возможности для увеличения объемов

экспорта. Например, выращиванием абрикосов в стране занимается более 400 тысяч небольших фермерских хозяйств со средней площадью садов менее двух гектаров. Мелкомасштабность производства приводит к широкой распространенности неформальных отношений и низкой товарности хозяйств, которые не способны обеспечить достаточные объемы и стабильное качество продукции, требуемые на экспортных рынках. К примеру, объемы производства черешни ограничены числом деревьев в садах у мелких фермеров; кроме того, для продления периода плодоношения они, как правило, выращивают сразу несколько сортов. В результате упаковочным предприятиям не удается получать крупные партии черешни одного и того же сорта и качества. Проблему еще более усугубляет отсутствие на фермах соответствующих технологий и мощностей, позволяющих сохранить собранную продукцию. Охлаждение черешни сразу после сбора обычно не применяется, а сортировка, как правило, выполняется вручную. Большинство крупных покупателей, опрошенных в Российской Федерации, жаловались на то, что предлагаемые объемы продукции слишком малы, и поэтому они предпочитают иметь дело с производителями из других стран. Как отмечалось выше, китайские импортеры также работают в Кыргызстане только с крупными производителями черешни. Повышение уровня сельскохозяйственной кооперации поможет увеличить объемы экспорта и повысить конкурентоспособность свежих киргизских фруктов на международных рынках.

Рисунок 3.3. Сравнение Урожайности Косточковых Фруктов в Кыргызстане с их Урожайностью в Странах-Конкурентах, 2017 г.



Источник: Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (2017 г.).

Урожайность исследуемых фруктов в Кыргызстане весьма низка по сравнению с другими крупными мировыми производителями. Ее повышение может увеличить производство свежих абрикосов на 70 процентов, слив – на 64 процента, черешни – на 39 процентов (Рисунок 3.3). У страны имеется огромный запас по потенциальному росту урожайности всех трех перечисленных видов фруктов.

Дополнительные сложности связаны с тем, что выращивание абрикосов, черешни и слив сосредоточено в одном или двух регионах страны. Это повышает риски неурожая из-за неблагоприятных погодных условий и/или нашествия вредителей, при том что, как ожидается,

и то и другое участится с изменением климата. Например, 75 процентов всех киргизских абрикосов выращивается в трех южных областях – Баткенской (55 процентов), Ошской (12 процентов) и Джалал-Абадской (8 процентов). Около 90 процентов всего производства сливы сосредоточено в Джалал-Абадской области. Основной вид/сорт выращиваемой сливы называется «Венгерка» – согласно некоторым отчетам, на нее приходится до 90 процентов объема производства. Чрезмерная зависимость от небольшого числа сортов также приводит к высокой сезонности экспорта фруктов и, как следствие, низкой прибыли для производителей.

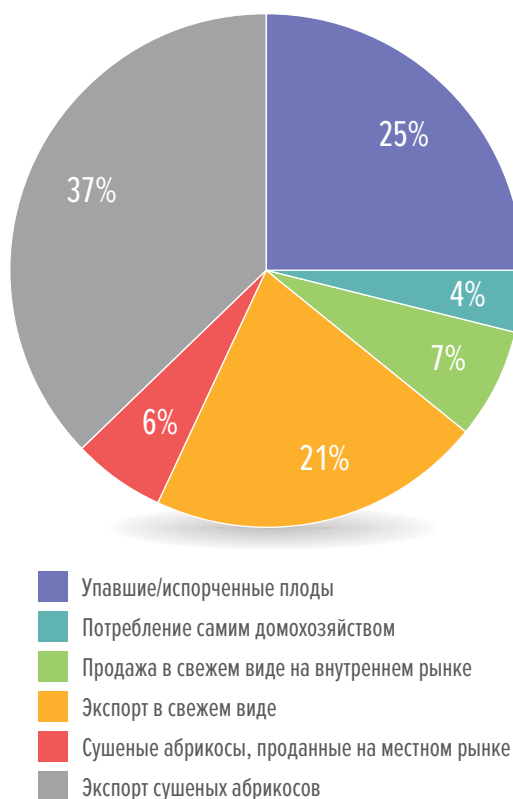
В цепочке поставок свежих фруктов в Кыргызстане участвует большое число посредников, из-за чего производители получают более низкие цены. Поскольку от 55 до 80 процентов фруктов выращивается домохозяйствами в небольших объемах, их продают сборщикам, которые работают непосредственно в сельских населенных пунктах, а затем организуют дальнейшую транспортировку и распределение. Производители обычно продают фрукты без надлежащей упаковки или маркировки, а это значит по низким закупочным ценам (Pfeiffer et al., 2016). Дистрибьюторы затем сбывают их оптовикам на базарах, в розничную торговлю или экспортерам (JICA, 2013). В потоке распределения продукции работает множество дистрибьюторов, выполняющих разные функции. В результате на пути от первичного производителя/фермера к конечному покупателю фрукты проходят через разных посредников, число которых может достигать до семи. Каждый участник рынка повышает закупочную цену продукта на 20–100 процентов; самые большие наценки обычно происходят на финальных этапах производственно-сбытовой цепочки.

Недостаточное развитие торгово-распределительной инфраструктуры в стране приводит к распространенности неформальных отношений по всей цепочке производства и сбыта фруктов, что явно препятствует выходу на рынки Китая и на российские рынки современного формата, требующие полной прозрачности вдоль всей цепочки. Крупнейший оптовый рынок фруктов в Кыргызстане – «Дыйкан базар» – выполняет функции ведущего распределительного центра. Сделки,

которые там совершаются, носят в основном неформальный характер – данные о них не регистрируются, стандарты качества/сортности официально не установлены, а оговаривается, как правило, только вес товара (JICA, 2013). Внутри продуктовых рынков тесно, санитарные условия не соблюдаются. Для выхода Кыргызстана на рынки, предъявляющие более строгие требования к качеству, обязательным условием является развитие современной торгово-распределительной инфраструктуры с честными и прозрачными сделками, устоявшимися стандартами качества и безопасности продукции.

Недостаточно развитые холодильные цепочки и системы хранения приводят к большому проценту потерь фруктов и высокой сезонности экспорта (Рисунок 3.4). Потери урожая достигают 25 процентов из-за нехватки оборудования для послеуборочной обработки и мощностей

Рисунок 3.4. Потери Абрикосов в Кыргызстане: Четверть Всего Урожая



Источник: M-Vector, 2014.

для хранения, особенно морозильных камер и холодильников. Зачастую мелкие производители фруктов начинают искать каналы сбыта только после того, как фрукты уже собраны. Любые задержки с реализацией приводят к росту доли испорченных фруктов – до 40 процентов (JICA, 2014). Неспособность ни производителей, ни дистрибьюторов хранить урожай в течение длительного периода времени становится причиной высокой сезонности экспорта киргизских фруктов.

Помимо этого, слабо развитая транспортная инфраструктура также является причиной ухудшения качества фруктов. Около 33 процентов проселочных дорог находятся в плохом состоянии и нуждаются в восстановлении или реконструкции (Government of the Kyrgyz Republic, 2012). Остальные 67 процентов находятся в более приемлемом состоянии и требуют только регулярного или периодического ремонта из-за экстремальных температур, селей и оползней. Железнодорожная сеть страны географически разделена на север и юг. По историческим причинам технические мощности и ширина колеи спроектированы по российским стандартам. Они совместимы с железнодорожными системами Казахстана, Узбекистана и Российской Федерации, но не с железнодорожной сетью соседнего Китая. Поэтому для растущего международного перемещения товаров в Китай и из Китая транзитом через Кыргызстан необходимы эффективные перевалочные станции. Международные и региональные аэропорты расположены только в крупнейших населенных пунктах и служат центрами, через которые силами небольших отечественных авиакомпаний поддерживается воздушное сообщение с менее крупными городами и отдаленными районами страны.

Низкие объемы производства, соблюдение требований к упаковке и поиск партнеров в Китае были названы в ходе интервью с экспортерами основными трудностями, ограничивающими поставки в Китай. Отдельные экспортеры жаловались на то, что на рынке не хватает подходящего высококачественного упаковочного материала по разумной цене, а имеющиеся варианты существенно увеличивают себестоимость поставляемой продукции. Например, по информации, полученной от респондентов,

стоимость одной упаковки из гофрокартона на местном рынке доходит до 5 долларов.

Экспортеры фруктов в Российскую Федерацию отметили в качестве ключевых ограничений, с которыми они сталкиваются при осуществлении поставок, обременительные административные процедуры, а также сложности с организацией транспортировки и логистики. 41,2 процента респондентов, поставивших продукцию на российский рынок, жаловались на трудности с оформлением документов, необходимых для экспорта свежих киргизских фруктов в Российскую Федерацию; особые сложности это представляло для предпринимателей из отдаленных районов, которые вынуждены обращаться в областные и районные центры для получения необходимых бумаг, что занимает не меньше 2–3 дней. Это наблюдение подтверждается недавним исследованием экспорта слив из Джалал-Абадской области в ЕАЭС (SLE, 2016), которое выявило громоздкий процесс получения требуемых документов. Примерно 17,6 процента респондентов отметили трудности с транспортировкой и логистикой, в первую очередь связанные с задержками и бюрократическими процедурами на границе с Казахстаном. Одним из главных условий ЕАЭС было создание системы «единого окна» для упрощения таможенного оформления и стимулирования экспорта. Однако это нововведение пока не принесло существенных изменений в случае организации поставок скоропортящихся товаров с коротким сроком хранения. Водителям по-прежнему приходится платить таможенным брокерам за ускорение таможенного оформления; стоимость их услуг составляет от 60 до 100 тысяч киргизских сомов за грузовик. В ходе интервью выяснилось, что те предприниматели, которые не пользовались услугами таможенных брокеров и пытались самостоятельно проходить таможенный досмотр и регистрацию, обычно сталкивались с различными проблемами и задержками на границе.

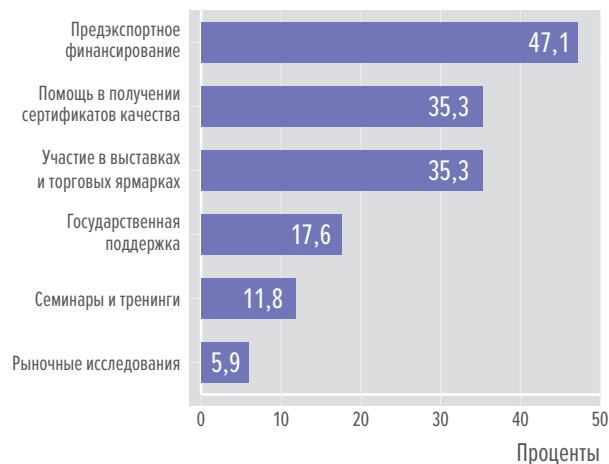
Большинство киргизских производителей не в состоянии напрямую поставлять свою продукцию в розничные сети Российской Федерации из-за большого числа выдвигаемых ими требований, которые местным хозяйствам трудно выполнять. В ходе проведенных интервью были выявлены следующие

ограничения, препятствующие экспорту фруктов из Кыргызстана напрямую в российские розничные сети:

- ✓ небольшое количество крупных хозяйств в Кыргызстане, способных производить необходимую продукцию в объемах, которые требуются розничным сетям;
- ✓ ограниченная способность большинства хозяйств выполнять все требования, предъявляемые сетями розничной торговли, из-за слабых управленческих возможностей, нехватки финансовых средств и отсутствия прозрачности в цепочке поставок; отдаленность многих хозяйств и нестабильность товарного предложения в настоящее время практически не позволяют поставлять партии фруктов требуемого объема и качества в установленные сроки;
- ✓ время, необходимое для рассмотрения коммерческого предложения/заявки на поставку. Как правило, розничная сеть рассматривает коммерческие предложения только раз в год и подписывает годовой контракт;
- ✓ очень строгие условия контрактов, предусматривающие большие штрафы за их несоблюдение;
- ✓ отсрочка платежей на период от 30 до 180 дней. Поскольку местным предприятиям не хватает финансовых ресурсов (оборотных средств), они стремятся быстро продать свою продукцию, чтобы ускорить оборот имеющихся средств.

В ходе интервью экспортеры фруктов назвали несколько областей, в которых была бы полезна помощь государства для реализации имеющегося экспортного потенциала (Рисунок 3.5). В частности, было отмечено, что предэкспортное финансирование позволило бы увеличить объем продукции, поставляемой на экспортные рынки. Предприятия также упомянули потребность в финансировании для сертификации соответствия их продукции требованиям ХАССП (системы анализа рисков и критических контрольных точек (*англ.* – HACCP)), что требует модернизации зданий и закупки нового оборудования. Дополнительная помощь

Рисунок 3.5. Помощь со Стороны Государства, в Которой Нуждаются Киргизские Экспортеры Фруктов



Источник: интервью с участниками рынка (2019 г.).

также требуется для продвижения киргизской продукции на зарубежных рынках: респонденты отметили, что необходима поддержка их участия в торговых ярмарках и форумах, способных помочь в установлении отношений с иностранными покупателями. Некоторые бизнесмены подчеркнули, что им нужна помощь в получении необходимых сертификатов и решении проблем с перевозками и таможенными задержками.

3.2. Выводы по Странам: Таджикистан

Краткие Выводы:

- ✓ Результаты анализа ВСП и консультации с экспертами показали, что продуктами с наибольшим потенциалом для экспорта из Таджикистана в Китай являются абрикосы (сушеные и свежие), сливы (свежие) и виноград (свежий).
- ✓ По данным МТЦ (2018), экспортный потенциал свежих абрикосов, черешни и слив оценивается в 2,3 млн долларов США в год, однако он до сих пор в значительной степени не реализован.

- ✓ Сухофрукты, в том числе курага и чернослив, являются наиболее перспективными товарами для экспорта из Таджикистана. Например, экспортный потенциал кураги оценивается в 25,1 млн долларов США, а чернослива – в 5,2 млн долларов США. По состоянию на 2018 год этот потенциал был реализован в среднем только на 29 процентов.
- ✓ Чтобы увеличить свое присутствие на китайских импортных рынках и в современной российской розничной торговле, необходимо уменьшить негативное воздействие или устранить ряд ограничений в цепочках производства и сбыта отдельных видов продукции садоводства, для чего требуется последовательная и всесторонняя поддержка со стороны государства. К числу проблем, которые требуют своего решения, относятся:
 - *Ограничения на уровне производства/последующей обработки/маркетинга:* ограниченные объемы производства и сложности с формированием крупных товарных партий из-за мелкотоварности производства фруктов; низкое качество и/или недостаточное количество материально-технических ресурсов (таких как орошение, семена и саженцы высокого качества, удобрения и финансирование); значительный пробел в практических навыках и потенциале на протяжении всей цепочки производства и сбыта; слабый уровень развития холодильных цепочек и систем хранения, в том числе в самих хозяйствах.
 - *Технические барьеры/институциональные ограничения:* труднодоступные и дорогие услуги по сертификации и обеспечению качества пищевой продукции на государственном уровне; слабо развитая логистика в сельском хозяйстве; громоздкие административные процедуры, связанные с экспортом; отсутствие возможностей для содействия экспорту; ограниченные инвестиции в НИОКР в секторе садоводства; низкий уровень проникновения Интернета, что не позволяет экспортерам воспользоваться возможностями быстрорастущей электронной торговли на мировых фруктовых рынках.

В число товаров из Таджикистана, показавших высокую экспортную конкурентоспособность на основе анализа ВСП³⁰, входят абрикосы (сушеные и свежие), сливы (свежие) и виноград (свежий) (Таблица 3.3; для получения более подробной информации см. Приложение 6). В целом, 92 процента всех фруктовых деревьев в стране – это косточковые, такие как абрикос, слива и черешня (*Fintrac Inc, USAID, 2014*). Абрикосы являются главным национальным фруктом и широко распространены по всему Таджикистану. Мелкие фермеры собирают в среднем 15–20 тонн с гектара, однако с улучшением агротехнических приемов и переходом на интенсивные сады потенциал для роста урожайности очень высок. Выращивание сливы и черешни в Таджикистане не столь распространено, но значимо, поскольку фермеры, занимающиеся садоводством, обычно сажают черешню и сливы вместе с абрикосами (*Fintrac Inc, 2014*). Производство винограда также выросло – в период с 1992 по 2017 год оно увеличилось на 129 процентов (со 100 до 228 тысяч тонн), главным образом благодаря проектам по восстановлению крупных виноградников в Хатлонской области и ряду проектов технической помощи, направленных на повышение урожайности.

По оценкам МТЦ, самым высоким экспортным потенциалом среди свежих фруктов обладают свежие абрикосы, черешня и сливы

Таблица 3.3. Оценка Конкурентоспособности Экспортной Продукции: Таджикистан*

Продукт	Нетто-экспорт (среднее значение за 2015–2017 гг., долл. США)	ВСП (среднее значение за 2012–2016 гг.)
Сушеные абрикосы	6 086 562	287,3
Свежие абрикосы	833 364	35,5
Свежие сливы	889 636	19,5
Виноград	2 655 497	5,7

* – для получения более подробной информации о методологии и результатах см. Приложения 3, 6 и 7.
Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.), расчеты специалистов Всемирного банка.

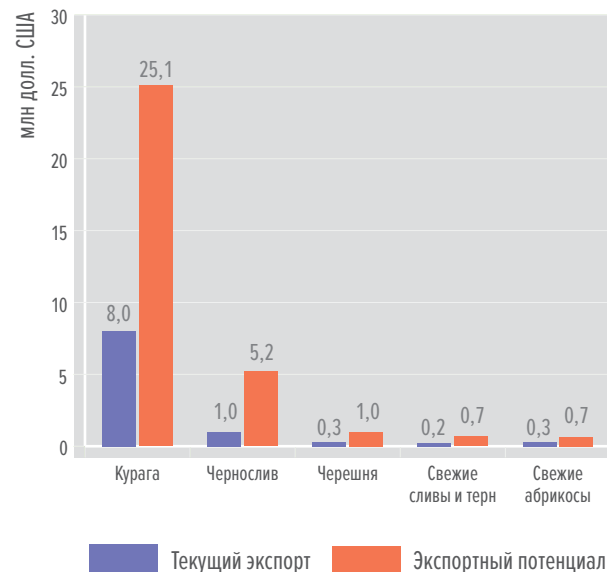
³⁰ Анализ СБР в Таджикистане не выполнялся.

(Рисунок 3.6). Их совокупный экспортный потенциал оценивается в 2,3 млн долларов США. При этом сухофрукты, в том числе курага и чернослив, являются наиболее перспективными товарами для экспорта из Таджикистана. Экспортный потенциал кураги оценивается в 25,1 млн долларов США, а чернослива – в 5,2 млн долларов США. По состоянию на 2018 год этот потенциал был реализован в среднем только на 29 процентов.

Таджикистан всегда был одним из крупнейших производителей фруктов в Советском Союзе. Однако после его распада и гражданской войны, производство косточковых фруктов сократилось, так как многие фермеры вырубали свои сады, а каналы сбыта перестали существовать. Упав до минимума в 1999 году, производство фруктов начало постепенно восстанавливаться. Правительство Таджикистана предприняло попытку диверсифицировать сельскохозяйственное производство, поощряя фермеров выращивать больше фруктов. 29 августа 2009 года Президент страны подписал Указ №683 «О дополнительных мерах по развитию садоводства и виноградарства в Республике Таджикистан на период 2010–2014 гг.». В течение этих лет фруктовые сады и виноградники были заложены на площади 53 232 га, что обеспечило достижение плановых показателей, предусмотренных Указом. Примерно 21 192,3 га были отведены под абрикосовые сады, а 4 376 га – под виноградники. Для дальнейшего развития сектора Правительство Таджикистана продлило программу развития садоводства и виноградарства на период 2016–2020 годов. Был принят Указ №793, предусматривающий закладку в течение пятилетнего периода 46 901 га садов и виноградников, в том числе 16 714 га абрикосовых садов и 5 015 га виноградников.

Чтобы реализовать свой экспортный потенциал, Таджикистан должен не только увеличить объемы производства, но и диверсифицировать направления поставок в пользу стран, рынки которых предлагают более высокие цены за таджикские фрукты. Таджикский экспорт свежих фруктов в последние годы постепенно растет, однако остается слабо диверсифицированным с точки зрения географии поставок: почти весь объем

Рисунок 3.6. Экспортный Потенциал Свежих и Сушеных Фруктов из Таджикистана



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

экспортируемых абрикосов, слив и винограда отправляется в Российскую Федерацию, Казахстан и Кыргызстан (Рисунок 3.7).

Китай является привлекательным рынком для экспорта таджикских свежих и сушеных фруктов – две страны граничат между собой, а в Синьцзян-Уйгурском автономном районе проживает относительно большая диаспора этнических таджиков. Однако горная система Памир в Таджикистане и китайская пустыня Такла-Макан являются географическими препятствиями для железнодорожного и автомобильного сообщения, а пропускная способность воздушного транспорта в настоящее время ограничена.

В целом, сектор садоводства Таджикистана имеет все предпосылки для того, чтобы быть конкурентоспособным на международных рынках, однако этому препятствует ряд ограничений. Раннее созревание таджикских фруктов является одной из таких предпосылок конкурентоспособности; еще одна – относительно низкие затраты на рабочую силу и электроэнергию. Помимо этого, благоприятные климатические условия обеспечивают длительный сезон плодоношения, а большое количество солнечных

Рисунок 3.7. География Экспорта Фруктов из Таджикистана, 2017 г.



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

Вставка 3.2. Торговая и Экономическая Кооперация Между Таджикистаном и КНР: События Недавнего Времени

В последние годы между Правительствами КНР и Таджикистана подписаны несколько документов, направленных на укрепление торгового сотрудничества между двумя странами, в том числе:

- ✓ «Меморандум о взаимопонимании между Министерством сельского хозяйства Республики Таджикистан и Главным государственным управлением технического и карантинного контроля за качеством товаров Китайской Народной Республики по сотрудничеству в области инспекции и карантина растений» (от 2 марта 2013 г., №74);
- ✓ «Протокол фитосанитарных требований для вывоза свежего фрукта – черешни из Таджикистана в Китай, между Министерством сельского хозяйства Республики Таджикистан и Главным государственным управлением технического и карантинного контроля за качеством товаров Китайской Народной Республики» (от 16 мая 2013 г., №235);
- ✓ «Меморандум о взаимопонимании между Министерством экономического развития и торговли Республики Таджикистан и Государственным комитетом по развитию и реформам Китайской Народной Республики по совместному продвижению создания «Экономического пояса Шелкового пути»» (от 30 января 2015 г., №24);
- ✓ «Соглашение между Министерством экономического развития и торговли Республики Таджикистан и Министерством коммерции Китайской Народной Республики об укреплении сотрудничества в области инфраструктуры». Стороны договорились развивать и поддерживать сотрудничество в области инфраструктуры (железные дороги, автомагистрали), содействовать увеличению объемов импорта и экспорта товаров, а также ускорению оборота средств (от 26 августа 2017 г., №384);
- ✓ «Меморандум о взаимопонимании между Министерством сельского хозяйства Республики Таджикистан и Министерством сельского хозяйства Китайской Народной Республики о совместном продвижении строительства образцового парка сельскохозяйственного сотрудничества» (от 26 августа 2017 г., №369);

(Продолжение вставки на следующей странице)

(Продолжение вставки 3.2.)

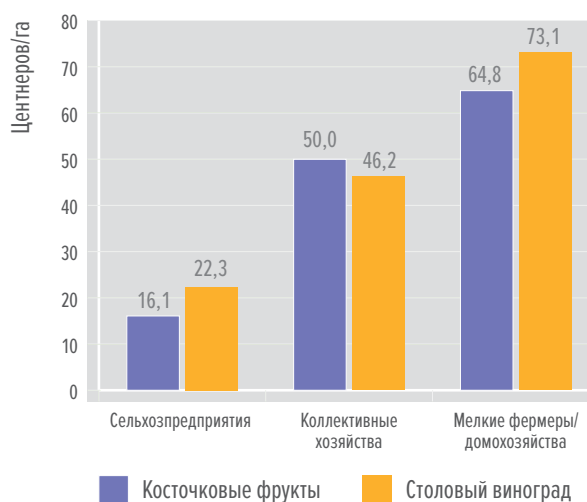
- ✓ «Обменные ноты между Правительством Республики Таджикистан и Правительством Китайской Народной Республики о предоставлении оборудования таможенного досмотра» (от 12 октября 2018 г., №497);
- ✓ «Соглашение между Правительствами Республики Таджикистан и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве и взаимной помощи в таможенных делах» (от 25 декабря 2018 г., №590).

дней придает фруктам особый аромат и сладость. Однако ряд взаимосвязанных ограничений не позволяет полностью реализовать потенциал экспорта свежих фруктов.

Как и в Кыргызстане, в выращивании свежих фруктов в Таджикистане преобладают мелкие фермеры/домохозяйства, которые, как правило, получают более высокую урожайность в своих садах, но испытывают сложности с продажей продукции. Считается, что мелкие фермеры обеспечивают 80 процентов урожая абрикосов, еще 15 процентов производят коллективные хозяйства, и 5 процентов домохозяйства выращивают на участках рядом с домом для собственного потребления. Выращивание винограда в Таджикистане также сильно децентрализовано: только 25 процентов производимого винограда выращивается в коллективных хозяйствах, в то время как 75 процентов – в хозяйствах мелких фермеров (*Microfinance Centre, 2011*). Мелкие фермеры, как правило, собирают значительно более высокие урожаи косточковых фруктов и столового винограда (Рисунок 3.8), но сталкиваются с рядом проблем при реализации своей продукции и попытках включиться в организованную цепочку поставок.

С мелкотоварным характером производства фруктов в Таджикистане связаны две основные проблемы. Во-первых, малые объемы фруктов, производимые на небольших участках, способствуют появлению многочисленных посредников, участвующих в агрегации продукции для доставки в конечный пункт назначения. Это приводит к тому, что фермеры не только теряют долю прибыли в цене из-за роста транзакционных издержек, но и не получают достаточной обратной информации о существующих на рынке требованиях и возможностях.

Рисунок 3.8. Урожайность Косточковых Фруктов и Столового Винограда в Таджикистане, 2018 г.



Источник: данные национальной статистики (2018 г.).

Во-вторых, мелкие фермеры часто не обладают возможностями, знаниями или достаточными финансовыми стимулами для ухода за садами и обработки собранного урожая таким образом, чтобы получить наибольшую отдачу. В ходе интервью с заинтересованными сторонами выяснилось, что мелкие производители в Таджикистане обычно смешивают продукцию разных размеров, зрелости и качества, что сокращает срок хранения фруктов и приводит к значительным потерям для экспортеров, когда такая партия прибывает в конечный пункт назначения. Кроме того, недостаточная защита от вредителей, слаборазвитая система орошения, неправильная схема посадки деревьев (слишком близко друг к другу) и отсутствие их надлежащей обрезки негативно влияют на качество плодов. Более 90 процентов производителей

фруктов в стране не ухаживают за кроной своих плодовых деревьев и пренебрегают ежегодной зимней обрезкой. Помимо этого, многие сады были заложены более 15 лет назад и включают старые увядающие деревья с низкой урожайностью. Саженцы деревьев для омоложения садов обходятся дорого, и фермеры не в состоянии приобретать высококачественный посадочный материал (*Fintrac Inc, 2014*). В результате урожайность фруктов в Таджикистане намного ниже, чем в других сопоставимых странах и в среднем по миру. Например, урожайность черешни в Таджикистане составляет всего 3–4 тонны/га, в то время как в соседнем Узбекистане – 11,4 тонны/га.

Кроме того, Таджикистан отстает от Кыргызстана и Узбекистана по уровню развития капельного орошения (*Euromonitor International, 2017*). Капельное орошение начало развиваться в последние годы. Однако установка капельных систем идет медленно и пока практически не помогла нарастить потенциал страны в экспорте свежих фруктов. Метод капельного орошения, применяемый к ценным культурам, приносит производителям значительные экономические выгоды за счет повышения эффективности водопользования, сокращения трудозатрат, роста урожайности и улучшения структуры почв, что помогает добиваться высокой продуктивности садов на долгие годы. Все эти преимущества перевешивают изначально высокие инвестиционные затраты, связанные с внедрением капельного орошения.

Нередки также случаи, когда работники питомников смешивают сорта абрикосовых деревьев, поскольку не следят за тем, где и какой сорт посадили. Поэтому они не всегда могут гарантировать сортовую чистоту своих саженцев, что служит основным препятствием для работы с розничными сетями, требующими стабильного качества и сортового состава поставок. Кроме того, есть необходимость в дополнительном обучении производителей надлежащим методам хранения продукции в холодильниках, включая предварительное охлаждение фруктов перед их загрузкой в рефрижераторы. Без такого предварительного охлаждения фрукты портятся быстрее из-за того, что сердцевина плодов долго остается неохлажденной. По всем этим причинам около 80 процентов свежих абрикосов

экспортируются из Таджикистана в Российскую Федерацию через индивидуальных экспортеров и поступают на открытые рынки или в небольшие магазины, поскольку не отвечают требованиям розничных сетей по таким параметрам как: (a) надежное качество, (b) наличие сертификатов, (c) гарантированный объем поставок и (d) своевременная доставка. Как показали интервью, таджикские свежие фрукты ассоциируются у розничных продавцов с низким качеством, когда речь идет о безопасности пищевых продуктов и упаковке. Помимо этого, одним из ключевых препятствий является недоступность для мелких производителей финансовых ресурсов, необходимых для инвестиций в новые упаковочные материалы.

Неофициальные каналы поставок не позволяют свежим фруктам, экспортируемым из Таджикистана, попасть в современные розничные сети, что приводит к снижению экспортной цены. С момента вступления Кыргызстана и Казахстана в Таможенный союз ЕАЭС большая часть поставок таджикского винограда проходит через эти страны без надлежащей регистрации. Основные объемы экспортируются «неофициально», в частности, через местами прозрачную границу в Согдийской области. Виноград предварительно не охлаждают и перевозят не в рефрижераторах; чаще всего он загружается в мини-фургоны грузоподъемности не более трех тонн, а затем переупаковывается и реэкспортируется из Кыргызстана. В результате, в таможенной статистике фигурирует лишь несколько таджикских компаний, которые официально экспортируют виноград на открытые рынки или в торговые сети Российской Федерации. Без подтверждения страны происхождения официальные розничные сети не могут продавать таджикскую продукцию в своих магазинах. Фактически, таджикские абрикосы не известны на российских рынках, поскольку их продают в основном как киргизские. Кроме того, таджикские абрикосы перевозятся, как правило, на грузовиках в больших мешках. В результате из-за отсутствия индивидуальной упаковки и сертификатов они подходят только для оптовых поставок.

Свежие фрукты, поступающие в Российскую Федерацию по официальным экспортным каналам, часто не воспринимаются российскими покупателями как таджикские из-за отсутствия

профессионального и системного продвижения продукции. Основными организациями, отвечающими за содействие экспорту, являются Торгово-промышленная палата (ТПП) Таджикистана и «Таджинвест», которые поддерживают участие экспортеров в различных торговых ярмарках. Однако обе они испытывают бюджетные ограничения и часто полагаются на финансовую поддержку в рамках международных проектов. Благодаря поддержке со стороны ТПП и международных проектов таджикский национальный павильон ежегодно участвует в крупнейших выставках в Москве, таких как «Продэкспо» и «World Food». Однако по своему оформлению он уступает основным конкурентам, таким как Турция, Армения и Узбекистан. Это можно назвать одной из причин, почему участие в выставках не привело к налаживанию устойчивых деловых отношений с розничными сетями.

Отсутствие складов с холодильным оборудованием и рефрижераторов сокращает срок годности таджикских свежих фруктов и более чем вдвое снижает доходы. Отсутствие мощностей холодильной цепи в Таджикистане повышает сезонность экспорта свежих фруктов, что приводит к падению цен в пик сезона. Например, цена на столовый виноград стандартного качества, получаемая фермером в пик сезона, составляет 6 таджикских сомони. В период новогодних праздников цены возрастают до 8–10 сомони, а во время весеннего праздника Навруз достигают 15 сомони. Каждое лето в сезон сбора урожая свежие фрукты наводняют сельские и городские базары по всей стране, однако поскольку спрос со стороны потребителей и переработчиков недостаточно высок, чтобы поглотить предложение, значительная часть продукции уходит в отходы.

Ограниченная экспортная инфраструктура и высокие транспортные расходы сдерживают увеличение объемов экспорта свежих фруктов из Таджикистана. Вследствие высокого уровня транспортных расходов, связанных с транзитом товаров из не имеющего выхода к морю Таджикистана в Российскую Федерацию (или Китай), предпочтение отдается поставкам более дорогих сушеных или прошедших переработку фруктов. Экспорт сухофруктов более стабилен и превосходит по объему продажи свежих

фруктов. Например, из-за отсутствия грузовых авиаперевозок между Таджикистаном и Урумчи в Китае или Таджикистаном и Москвой, черешню перевозят пассажирскими авиалиниями, которые могут принимать на борт лишь ограниченные объемы. Допустимый вес варьируется от 600 кг до 3 тонн, а рейсы выполняются с понедельника по субботу. Как правило, объем принимаемого к перевозке груза в таких самолетах зависит от количества пассажиров, что приводит к нестабильности отгрузок. Развитие современных железнодорожных и/или автомобильных сетей может улучшить выход на китайские рынки в будущем (*Fintrac Inc, 2014*). Кроме того, развитие железнодорожного сообщения через Кыргызстан или Афганистан в Китай и через южный Таджикистан в Туркменистан может обеспечить выход к рынкам в странах Южного Кавказа, на Ближнем Востоке и в Европе, увеличив тем самым экспортный потенциал страны.

Сложность получения и высокая стоимость услуг по сертификации и контролю качества продукции. В структуре производства свежих фруктов доминируют мелкие производители, которые из-за ограниченности финансовых ресурсов не могут себе позволить дорогостоящие услуги по сертификации. Соответствующие государственные органы не могут проводить все необходимые инспекции и проверки из-за нехватки технических возможностей. Местные лаборатории не имеют оборудования для проведения испытаний, требуемых импортерами из развитых стран.

3.3. Выводы по Странам: Узбекистан

Краткие Выводы:

- ✓ Результаты анализа экспортной конкурентоспособности и интервью с заинтересованными сторонами показали, что продуктами с наибольшим потенциалом для экспорта из Узбекистана в Китай являются черешня, абрикосы (свежие и сушеные), сливы (свежие), виноград (свежий) и грецкие орехи.
- ✓ Столовый виноград, черешня и персики обладают самым высоким экспортным потенциалом, оцениваемым в 486 млн долларов

США в год. Еще 115 млн долларов США могут дать поставки свежих абрикосов и слив. Однако по состоянию на данный момент потенциал экспорта этих фруктов (за исключением персиков) реализован в среднем только на 32 процента.

- ✓ В настоящее время узбекский экспорт не диверсифицирован и ориентирован на страны-члены ЕАЭС – Кыргызстан, Казахстан и Российскую Федерацию, где узбекские поставщики получают более низкие цены, чем на других рынках. В Казахстане узбекская черешня продается всего за 1,77 долл. США/кг по сравнению с 3,07 долл./кг в Китае и 3,6 долл./кг в Республике Корея.
- ✓ Правительство Узбекистана поставило амбициозные задачи по увеличению экспортного потенциала фруктов на период 2015–2020 годов. Ожидается, что к 2020 году совокупный объем их экспорта в стоимостном выражении достигнет 383 млн долларов США. Однако на различных этапах цепочки производства и сбыта все еще существует множество ограничений, которые необходимо устранить для реализации имеющегося экспортного потенциала, в том числе:
 - *Ограничения на уровне производства/послеуборочной обработки/маркетинга:* ограниченные объемы производства и сложности с формированием крупных товарных партий из-за мелкотоварности производства фруктов; низкое качество и/или недостаточное количество материально-технических ресурсов (таких как орошение, семена и саженцы высокого качества, удобрения и финансирование); значительный пробел в практических навыках и потенциале на протяжении всей цепочки производства и сбыта; слабый уровень развития холодильных цепочек и систем хранения, в том числе в самих хозяйствах; высокий уровень неформальности и непрозрачности отношений в цепочках поставок.
 - *Технические барьеры/институциональные ограничения:* сложности с обеспечением соответствия международным санитарным

и фитосанитарным (СФС) требованиям, а также максимально допустимым уровням (МДУ) остаточного содержания вредных веществ; ограниченное внедрение частных стандартов безопасности пищевых продуктов; громоздкие и непрозрачные административные процедуры, связанные с экспортом; слабые возможности для содействия экспорту; ограниченные инвестиции в НИОКР в секторе садоводства; плохая логистика в сельском хозяйстве; низкий уровень развития электронной торговли.

На основе результатов анализа экспортной конкурентоспособности, черешня, абрикосы (свежие и сушеные), сливы (свежие), виноград (свежий) и грецкие орехи были признаны товарами с высоким потенциалом для выхода на китайские рынки и расширения присутствия на российских рынках (Таблица 3.4; для получения более подробной информации о результатах см. Приложения 6 и 7). Столовый виноград является самой крупной статьей экспорта свежих фруктов из Узбекистана. Благодаря своим климатическим условиям Узбекистан может экспортировать столовый виноград практически круглый год. Его производство неуклонно растет с 2008 года, в основном за счет повышения урожайности. В Узбекистане также имеются хорошие условия для выращивания черешни: благоприятный климат, раннее созревание и недорогая рабочая сила. Модернизация технологий производства черешни будет способствовать дальнейшему повышению урожайности. Например, можно использовать технологии для продления сезона плодоношения черешни, что обеспечит более высокие урожаи. Кроме того, Узбекистан обладает большим потенциалом для увеличения производства и экспорта грецких орехов. Объем их производство растет с 2012 года благодаря расширению плантаций и росту урожайности. В 2017 году Президент Узбекистана подписал Указ «О создании и организации деятельности Ассоциации производителей и экспортеров грецкого ореха», в рамках которого было выделено дополнительно 50 млн долларов США и 10 тысяч гектаров земель для закладки новых плантаций. Однако пока еще рано говорить о результатах принятых мер. В последние годы в Узбекистане

Таблица 3.4. Оценка Конкурентоспособности Экспортной Продукции: Узбекистан*

Продукт	Нетто-экспорт (среднее значение за 2015–2017 гг., долл. США)	ВВП (среднее значение за 2012–2016 гг.)	СВР (2017 г.)
Черешня	44 733 333	172,0	0,20
Свежие абрикосы	20 396 311	109,1	0,17
Сушеные абрикосы	9 594 508	57,1	-
Грецкие орехи	39 208 645	37,5	0,20
Свежие сливы	10 665 391	28,5	0,41
Виноград, включая столовый	78 195 406	22,1	0,22 (столовый) 0,65 (винный)
Сушеные сливы	11 261 431	7,3	-

* – для получения более подробной информации о методологии и результатах см. Приложения 3, 6 и 7.

Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.), расчеты специалистов Всемирного банка.

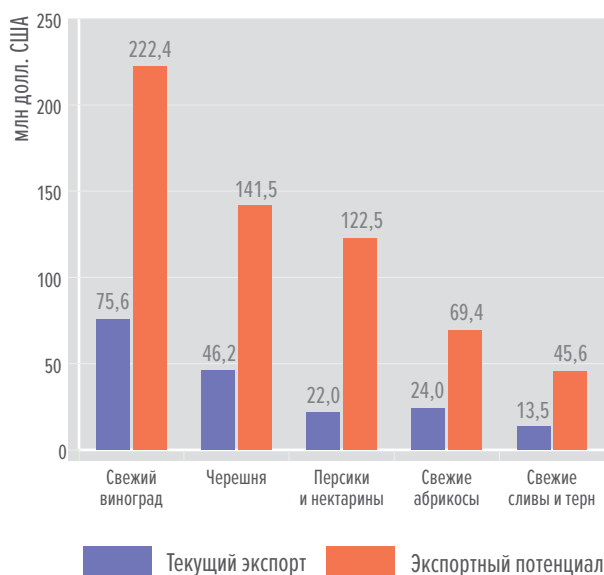
увеличивается выращивание сливы, как и других садовых культур. С 2000 года резко выросло производство абрикосов, объем которого в 2016 году превысил 660 тысяч тонн (в 2000 году – 68 тысяч тонн). Это делает Узбекистан третьим по величине производителем абрикосов в мире после Турции и Исламской Республики Иран.

Оценки Международного торгового центра также указывают на то, что многие узбекские свежие фрукты обладают высоким, но пока еще не реализованным экспортным потенциалом (Рисунок 3.9). Столовый виноград, черешня и персики обладают самым высоким потенциалом, оцениваемым в 486 млн долларов США в год. Еще 115 млн долларов США могут дать поставки свежих абрикосов и слив. В настоящее время потенциал экспорта этих фруктов (за исключением персиков) реализован в среднем только на 32 процента.

Чтобы реализовать этот потенциал, Узбекистану необходимо увеличить объемы производства свежих фруктов и диверсифицировать географию экспортных поставок. В настоящее время, как и в случае с Кыргызстаном и Таджикистаном, узбекский экспорт недостаточно диверсифицирован и ориентирован в основном на страны-члены ЕАЭС – Кыргызстан, Казахстан и Российскую Федерацию (Рисунок 3.10). В 2017 году в среднем 70 процентов экспортных поставок свежих абрикосов,

слив, черешни и столового винограда направлялось в Казахстан, а 29,5 процентов – в Кыргызстан и Российскую Федерацию. В ходе интервью с заинтересованными участниками рынка выяснилось, что статистика внешней торговли не отражает большие объемы фруктов, которые поставляются в страны ЕАЭС неофициально. Недостаточное соблюдение правил при пересечении границы узбекскими властями

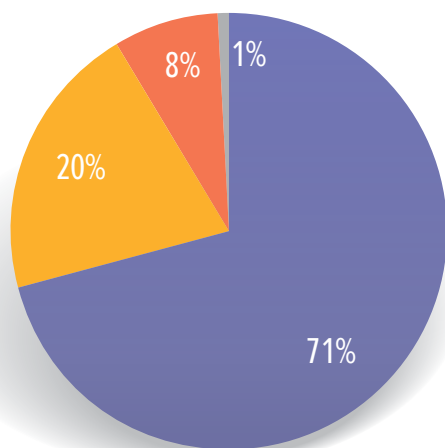
Рисунок 3.9. Экспортный Потенциал Свежих Фруктов из Узбекистана



Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

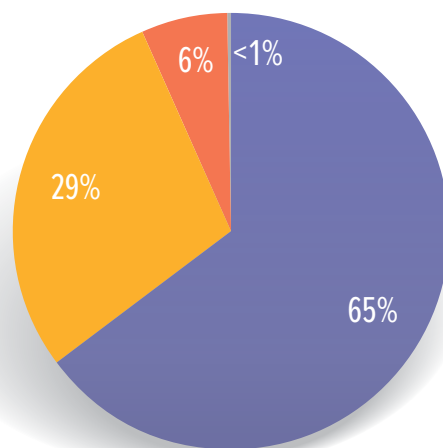
Рисунок 3.10. География Экспорта Фруктов из Узбекистана, 2017 г.

Черешня
Общая стоимость экспорта = 66,8 млн долл. США



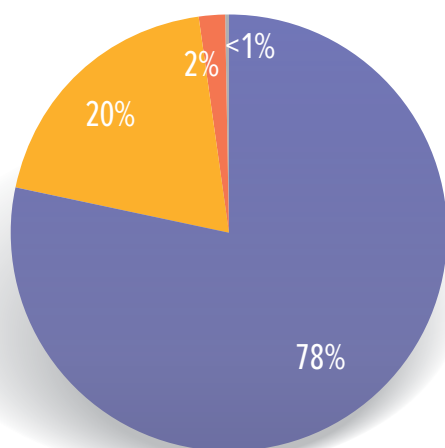
■ Казахстан ■ Российская Федерация
■ Кыргызстан ■ Другие

Столовый виноград
Общая стоимость экспорта = 98,6 млн долл. США



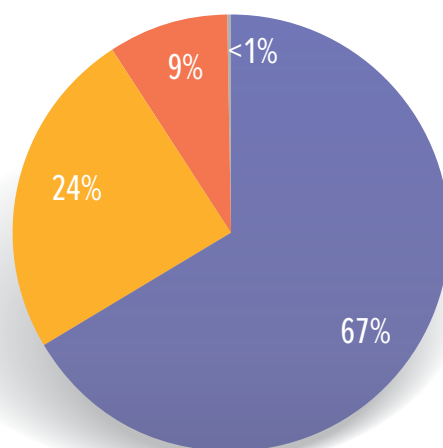
■ Казахстан ■ Российская Федерация
■ Кыргызстан ■ Другие

Свежие сливы (2016 г.)
Общая стоимость экспорта = 13,4 млн долл. США



■ Казахстан ■ Российская Федерация
■ Кыргызстан ■ Other

Свежие абрикосы
Общая стоимость экспорта = 20,5 млн долл. США



■ Казахстан ■ Российская Федерация
■ Кыргызстан ■ Другие

Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.).

подталкивает узбекских экспортеров к неформальным схемам и отрицательно сказывается на их конкурентоспособности, подрывая заинтересованность в модернизации своих операций. Неудивительно, что на всех этих рынках цены на узбекскую продукцию ниже, чем на рынках

других стран. Например, согласно недавнему исследованию Международной финансовой корпорации (МФК) (IFC, 2018), узбекская черешня продается в Казахстане всего за 1,77 долл. США/кг по сравнению с 3,07 долл./кг в Китае и 3,6 долл./кг в Республике Корея.

Можно сказать, что 2018 год был успешным для Узбекистана с точки зрения экспорта фруктов в Китай. Впервые были осуществлены поставки черешни на китайский рынок. По данным «Узагроэкспорта», в 2018 году Узбекистан экспортировал в Китай 10 тысяч тонн черешни, 3 тысячи тонн изюма и 2 тысячи тонн грецких орехов. Одновременно рассматривался вопрос об увеличении ассортимента экспортируемой из Узбекистана сельскохозяйственной продукции до 12 наименований. Китай завершает процедуры по разрешению ввоза на свой рынок узбекских дынь, лимонов, гранатов и винограда. Получено разрешение на экспорт в КНР свежего перца и черешни, но при условии использования двух методов дезинфекции: низкотемпературной обработки и фумигации. Китай также разрабатывает механизм для оказания помощи Узбекистану в оснащении его лабораторий. С целью создания более удобных с точки зрения логистики экспортных маршрутов, Узбекистан предложил экспортировать свою сельскохозяйственную продукцию, включая черешню, в Китай через пограничные пункты Хоргос (на китайско-казахской границе), Иркештам (на китайско-киргизской границе) и Алашаньюкоу (на китайско-казахской границе).

Сектор садоводства Узбекистана обладает необходимым потенциалом, чтобы стать конкурентоспособным на международных рынках, и правительство страны его активно реформирует с тем, чтобы сделать более рыночно-ориентированным и создать предпосылки для наращивания экспортного потенциала. Отличные агроклиматические условия Узбекистана благоприятны для выращивания высококачественных фруктов. Правительство страны поставило амбициозные задачи по увеличению экспортного потенциала продукции садоводства на период 2015–2020 годов – ожидается, что к 2020 году объем экспорта фруктов в стоимостном выражении достигнет 383 млн долларов США. Однако на различных этапах цепочки производства и сбыта все еще существует множество ограничений, которые необходимо устранить для реализации имеющегося потенциала. Данные недавнего анализа, проведенного МФК (*IFC, 2018*), позволили выявить ограничения, с которыми сталкиваются производители и экспортеры свежих фруктов (в том числе черешни, столового

винограда и абрикосов). Ниже перечислены основные из них.

Выращиванием свежих фруктов в Узбекистане занимаются в основном мелкие хозяйства, которые, как правило, обладают ограниченным доступом к финансовым и информационно-образовательным ресурсам и используют низкокзатратные традиционные методы производства. Следует, однако, отметить, что в последнее время возникают более крупные фермерские хозяйства и агропредприятия. В стране действует несколько крупных производителей фруктов, которые используют современные технологии, проходят международную сертификацию и сотрудничают с партнерами по всему миру. Однако низкая эффективность производства в мелких хозяйствах и отсутствие налаженных связей вдоль производственно-сбытовой цепочки негативно сказываются на экспортном потенциале более крупных компаний. Из-за раздробленности производства и, как правило, низкого качества выращиваемой продукции крупные экспортно-ориентированные компании стремятся к вертикальной интеграции, чтобы снизить риск срыва поставок. Интервью с такими компаниями показали, что на данный момент закупки осуществляются с помощью агрегаторов, которые приобретают продукцию у мелких хозяйств и фирм. В некоторых случаях сделки совершаются без заключения письменных контрактов, а на основе устных договоренностей, основанных на доверии и предыдущем опыте закупок. Кроме того, фрагментация отрицательно сказывается на возможности экономии за счет масштаба производства и распределения затрат, а также на передаче опыта и знаний.

Несмотря на постепенное повышение производительности в секторе садоводства, можно было бы добиться еще больших результатов и выйти на уровень ведущих мировых производителей за счет расширения набора выращиваемых сортов, распространения знаний и использования современных технологий и методов производства. Например, для увеличения экспорта Узбекистану нужны более ранние сорта черешни и бескосточковые сорта винограда. Некоторые из них нуждаются в районировании для приспособления к агроклиматическим условиям страны. Это требует инвестиций в местные

научно-исследовательские институты, которые, хотя и созданы, не обладают достаточным потенциалом и подготовкой для работы с новыми сортами. Узбекистан направляет на финансирование таких НИОКР менее 0,5 процента национального бюджета, а соотношение НИОКР/ВВП составляет всего 0,13. Кроме того, по информации международного питомника, который недавно открыл свой бизнес в Узбекистане, правила регистрации семян и саженцев новых сортов плодовых деревьев требуют больших затрат, являются трудоемкими и обременительными.

Базовая инфраструктура, необходимая для эффективного функционирования сектора, была создана еще в советский период и к настоящему времени устарела и требует модернизации, включая переподготовку персонала. В частности, в стране используются старые и энергозатратные системы орошения. С помощью старых насосов орошается около 70 процентов сельскохозяйственных угодий (IFC, 2018). Эффективность водопользования примерно на 30 процентов ниже нормативной, а в некоторых регионах ситуация еще плачевнее. Отчасти причина заключается в том, что отсутствуют стимулы для эффективного использования воды. Плата за подачу воды не привязана к ее расходу; она входит в общий земельный налог, который платят фермеры. Ассоциации водопотребителей развиты слабо, а суммы устанавливаемых ими годовых взносов не хватает даже для оплаты технического обслуживания. К тому же собираемость таких взносов составляет всего около 40–50 процентов. Интервью с заинтересованными сторонами выявили также дефицит квалифицированного персонала, способного эксплуатировать современное оборудование, которое должно прийти на смену старому.

Серьезным препятствием, с которым сталкиваются узбекские экспортеры фруктов, является нехватка мощностей холодильной цепи хранения. Согласно последним оценкам (*Global Cold Chain Alliance, 2018*), в настоящее время вместимость складов, оборудованных холодильными установками, составляет в стране 4,5 млн куб. метров, что намного ниже потребности плодоовощного сектора. В результате из-за неоптимальных условий хранения ежегодные

послеуборочные потери продукции достигают 40 процентов³¹. Признавая этот пробел, правительство Узбекистана активно вкладывает средства в наращивание мощностей холодильного хранения, однако для полной реализации потенциала в области экспорта фруктов требуются дополнительные инвестиции.

Неспособность продукции из Узбекистана соответствовать международным СФС требованиям, а также МДУ остаточного содержания вредных веществ представляет собой наиболее серьезное препятствие для реализации экспортного потенциала этой страны в области садоводства. Узбекистан является одной из всего 14 стран мира, не подписавших «Международную конвенцию по карантину и защите растений», что вызывает недоверие к национальным фитосанитарным сертификатам. Помимо этого, проведенное МФК (IFC, 2018) исследование садоводческого сектора Узбекистана показало, что в настоящий момент отсутствует четкая процедура реагирования на обнаружение превышающего МДУ содержания вредных веществ в узбекской продукции на экспортных рынках. В таких случаях узбекские экспортеры могут пострадать от внезапного и продолжительного закрытия рынков. Отсутствие соответствующей инфраструктуры, неполные или противоречивые нормативно-правовые акты, а также общее недопонимание экспортерами важности соблюдения стандартов безопасности пищевых продуктов для успешного экспорта являются ключевыми препятствиями, которые Узбекистану необходимо устранить в целях улучшения системы безопасности продовольствия.

Как уже упоминалось выше, важной предпосылкой для ведения бизнеса с ритейлерами и дистрибьюторами во многих странах является внедрение негосударственных стандартов безопасности пищевой продукции. Поскольку Узбекистан долгие годы экспортировал свою продукцию садоводства преимущественно в Казахстан и Российскую Федерацию, где стандарты качества пищевой продукции не столь высоки, страна в настоящее время не располагает необходимыми техническими средствами для того, чтобы помочь своим экспортерам в выполнении большинства требований

³¹ IFC PPP Prospectus.

по сертификации. В частности, ей еще только предстоит гармонизировать свои стандарты с Международными стандартами надлежащей сельскохозяйственной практики (GLOBAL GAP). В настоящее время в стране очень мало инфраструктуры (как государственной, так и частной) для обеспечения внедрения и соблюдения этих требований.

На всем протяжении цепочки производства и сбыта фруктов наблюдается большое отставание в уровне квалификации ее участников, а также нехватка специалистов, необходимых для функционирования современного сектора садоводства. Согласно недавнему исследованию МФК (*IFC, 2018*), фермеры, мелкие хозяйства, поставщики услуг и даже крупные фирмы часто не знают о современных методах производства, правилах применения соответствующих удобрений и агрохимикатов, а также о важности соответствия СФС требованиям и стандартам безопасности пищевой продукции. В ключевых государственных учреждениях, таких как «Узстандарт», отсутствуют обученные аудиторы или инспекторы, которые могли бы заниматься внедрением и обеспечивать соблюдение этих стандартов. Весьма ограничен потенциал и низка осведомленность двух крупных отраслевых научно-исследовательских институтов о последних достижениях в области выведения высокоурожайных, ориентированных на экспорт местных сортов. Практически нет квалифицированных работников, владеющих современными технологиями и методами производства.

Отсутствие прозрачности в цепочке поставок, включая несовершенные процедуры пересечения границы и таможенного оформления, представляют собой существенные препятствия на пути реализации экспортного потенциала Узбекистана в области садоводства. Опросы, проведенные МФК (*IFC, 2018*), показали, что обременительные административные процедуры на таможне значительно задерживают пересечение границы. Например, на транзитную поездку в Российскую Федерацию, которая должна занимать всего 7–8 дней, обычно уходит 10–11 дней из-за задержек на границе и таможне. «Неофициальные» поборы за проезд грузовых автомобилей на казахстано-российской границе также не редкость. Отказ от уплаты может приводить к задержкам в выдаче разрешений

на пересечение границы до нескольких дней. Такие задержки на границе отрицательно сказываются на качестве фруктов и мешают установлению долгосрочных отношений с российскими розничными сетями.

3.4. Электронная Торговля Продуктами Питания в Странах Центральной Азии

Развивающаяся быстрыми темпами электронная торговля продуктами питания в Китае и Российской Федерации открывает новые возможности для экспортеров фруктов. Чтобы воспользоваться этими возможностями, странам Центральной Азии необходимо ускорить развитие цифровых технологий в сельскохозяйственном секторе. В этом разделе дается оценка уровня цифровизации в странах Центральной Азии с особым акцентом на электронную торговлю продуктами питания.

В Узбекистане доступ к Интернету имеет только около трети населения, при этом 90 процентов интернет-пользователей сосредоточены в Ташкенте. Как и в других странах Центральной Азии, слабое развитие онлайн-платежей создает серьезные препятствия для развития данного сектора. После подписания Президентом Узбекистана Указа «О дополнительных мерах по стимулированию экспорта плодоовощной продукции, винограда и бахчевых культур» министерствам и ведомствам было поручено создать приложение для электронной торговли, через которое производители плодоовощной продукции могли бы продавать свои товары как на внутреннем, так и на международных рынках. Эта инициатива была реализована на узбекской платформе электронной торговли «TradeUzbekistan.com», созданной в марте 2016 года с целью содействовать экспорту узбекских товаров на зарубежные рынки. В ориентированном на сельское хозяйство приложении содержится информация об отечественных производителях и экспортерах плодоовощной продукции; иностранных импортерах фруктов и овощей с указанием видов и объемов продукции, которую они хотели бы закупить; поставщиках саженцев, семян и удобрений. Представлена также пошаговая схема экспорта продукции.

На рынке продолжают доминировать зарубежные платформы электронной торговли – «Aliexpress.com», «eBay.com» и «Amazon.com». Большинство онлайн-платформ доставки еды обслуживают только город Ташкент и его пригородную зону. Популярные отечественные сайты, предлагающие услуги доставки продуктов, включают «arba.uz» и «gomart.uz». В Узбекистане также есть веб-сайты, которые позволяют осуществлять оптовые поставки продуктов питания, – такие как «flagma.uz» и «mybazar.uz». Онлайн-платформа «Flowering Gardens» («Цветущие сады») помогает связать фермеров, предлагающих свою продукцию на продажу, с внутренними и международными рынками. Растет также рынок доставки готовой еды, но почти весь этот рост сосредоточен в регионе города Ташкент. В число игроков, действующих на этом рынке, входят «express24.uz», «ranfood.uz» и «bringo.uz».

В Кыргызстане уровень проникновения Интернета составляет всего 34 процента, при этом 20 процентов населения считаются постоянными пользователями. На пути электронной торговли сельскохозяйственными товарами стоят серьезные препятствия, включая: (i) предпочтение потребителей покупать продукты традиционным способом, (ii) мнение, что товары, приобретаемые онлайн, более низкого качества, (iii) невозможность поторгаться о цене в Интернете, (iv) опасение, что в случае неудачной электронной покупки товар будет трудно вернуть. Тем не менее, в Кыргызстане работает множество компаний, занимающихся доставкой готовой еды и продуктов питания. Торговая компания «Prodsklad», работающая в сегменте B2B («бизнес-бизнес»), обеспечивает оптовую доставку сельскохозяйственной продукции на предприятия, в гостиницы, рестораны, кафе и супермаркеты по всей стране. Доставкой продуктов питания конечным потребителям занимается несколько компаний, включая «aMart.kg», «alliance.kg», «zakuponline.kg» и «bishtao.kg». В сфере доставки готовой еды также открыто много предприятий, включая «eda.kg» и «NambaFood.kg».

В Таджикистане уровень проникновения Интернета остается низким. Онлайн-торговля осуществляется с помощью национальной платежной системы «Korti Milli»; самым популярным розничным интернет-магазином является

«Somon.tj». К причинам медленного роста торговли через Интернет относятся недостаточно развитая электронная инфраструктура, в том числе отсутствие электронной почты у многих магазинов или ее редкая проверка, низкая интернет-грамотность, небезопасные системы онлайн-платежей, неполный охват Интернетом (постоянный доступ к нему есть только у 46 процентов жителей Таджикистана), а также низкий уровень доверия потребителей к онлайн-продажам. Слабое распространение кредитных карт в Таджикистане (предположительно, в стране зарегистрировано только 166 тысяч карт Visa, MasterCard или American Express) создает еще одно препятствие для покупок через Интернет.

В целом, основные препятствия на пути электронной торговли продуктами питания в Центральной Азии можно обобщить следующим образом:

- ✓ Оплата за доставленные продукты, как правило, осуществляется наличными, поскольку кредитные карты пока не получили широкого распространения. В целом, функционал онлайн-платежей недостаточно развит.
- ✓ Администрирование существующих платформ электронной торговли во многих магазинах довольно слабое, что создает негативное впечатление о секторе.
- ✓ Низкий уровень проникновения Интернета в ряде регионов Центральной Азии, а также неразвитость интернет-грамотности затрудняют доступ покупателей к электронной розничной торговле.
- ✓ Развитие электронной торговли сосредоточено вокруг столичных и густонаселенных городов Центральной Азии.
- ✓ Низкая скорость Интернета подчас превращает онлайн-покупки в трудный и неудобный процесс.
- ✓ Законодательство в сфере информационной безопасности в рассматриваемых странах Центральной Азии (Узбекистане, Кыргызстане и Таджикистане) еще недостаточно проработано, что подрывает

доверие потребителей к системе электронной торговли.

- ✓ Таможенные системы, основанные на бумажных носителях, могут быть перегружены отправкой небольших посылок, и соблюдение

очередности по методам доставки нарушается (посылки, отправленные через почтовую службу, получают приоритет перед поставками через службы экспресс-доставки). Все это препятствует трансграничным продажам товаров через электронную торговлю.

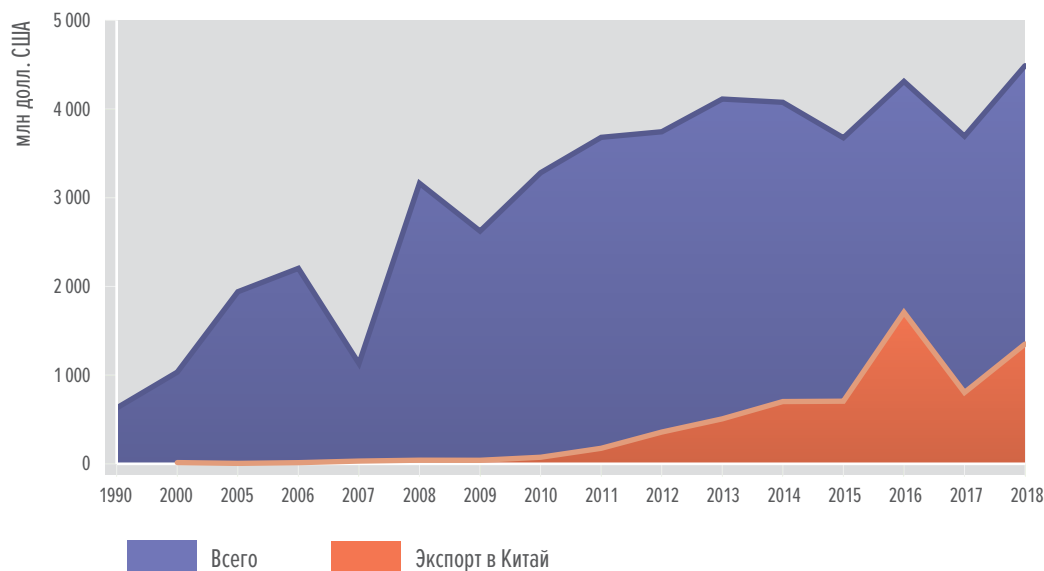
4. История Успеха: Факторы Конкурентоспособности Чили на Китайском Рынке Фруктов

Несмотря на относительно небольшие размеры страны, за последние десять лет Чили стала одним из основных экспортеров фруктов в Китай. Значительный рост покупательной способности населения Китая и широкое распространение электронной торговли продуктами питания способствовали резкому увеличению спроса китайского рынка на фрукты и, соответственно, быстрому росту импорта чилийских фруктов. Чили стала одной из стран, которая сумела воспользоваться открывшейся возможностью; в результате, за период с 2008 по 2018 год общий объем экспорта чилийских фруктов в Китай в стоимостном выражении вырос с 47 млн долларов США до 1,41 млрд долларов США (Рисунок 4.1). На фрукты, выращиваемые в умеренном климате, приходится 96 процентов всех фруктов, поставляемых в Китай. Чилийские экспортеры, работая через китайских оптовых

дистрибьюторов, смогли увеличить свое присутствие на рынках как крупных, так и небольших городов по всей стране, в том числе вдали от побережья. В указанный период экспорт чилийских продовольственных товаров в Китай рос намного быстрее, чем их поставки в других направлениях, в том числе в Европу и США, которые являются традиционными импортерами чилийских фруктов. В 2018 году на долю Чили приходилось 24 процента общего объема китайского импорта фруктов, далее следовали Таиланд (23,9 процента), Филиппины (10,5 процента) и Вьетнам (10,4 процента).

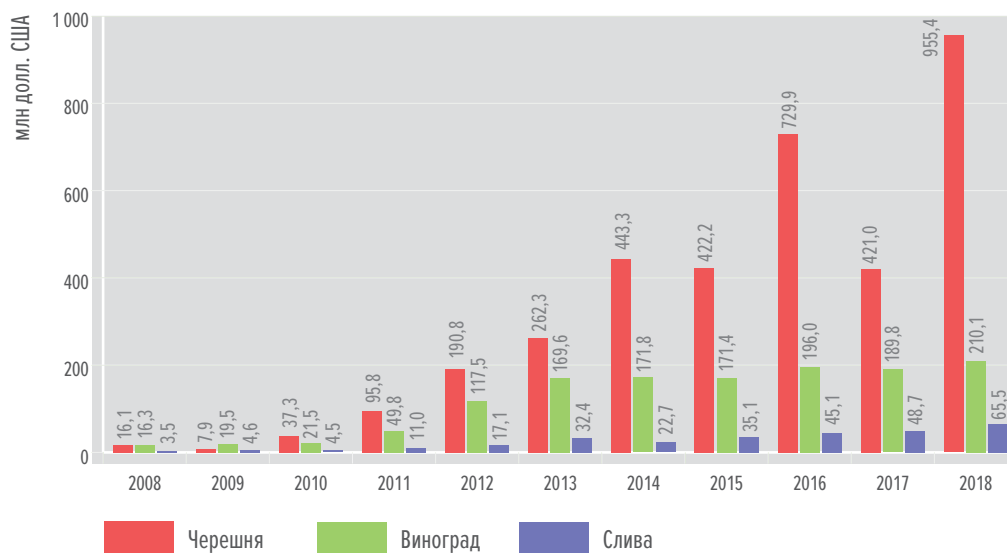
В число основных фруктов, экспортируемых из Чили в Китай, входят черешня (953,5 млн долларов США), виноград (203,8 млн долларов США) и сливы (64,4 млн долларов США). Кроме них, поставляются еще голубика и персики. В период с 2010 по 2018 год экспорт черешни в Китай увеличился с 7,9 млн долларов США до почти 1 млрд долларов США (Рисунок 4.2). Поставки слив и винограда демонстрировали аналогичный тренд, но темпы роста были менее впечатляющими. Экспорт сливы вырос с примерно с 2 млн долларов США в 2000 году до почти

Рисунок 4.1. Экспорт Фруктов³² Умеренного Климата из Чили, Млн Долларов США



Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2018 г.).

³² ТН ВЭД 0806, 0808, 0809 и 0810.

Рисунок 4.2. Экспорт Черешни, Винограда и Сливы из Чили в Китай³³, Млн Долларов США

Источник: Международный торговый центр (2018 г.).

66 млн долларов США в 2018 году. Экспорт винограда в период с 2010 по 2018 год увеличился почти в десять раз: с 21,5 до 210,1 млн долларов США. Виноград всегда был важной статьёй чилийского экспорта, в то время как другие фрукты, такие как слива и черешня, стали популярными лишь в последнее время.

В 2018 году на чилийские черешню, сливы и виноград приходилось 86 процентов, 79 процентов и 43 процента китайского импорта этих фруктов, соответственно. Их конкурентоспособность по сравнению с продукцией из других стран весьма высока (Рисунок 4.3). Если сравнивать относительные показатели Чили с Соединенными Штатами Америки, которые являются основным конкурентом на китайском рынке фруктов, то экспорт чилийской черешни за период с 2013 по 2016 год был в восемь раз больше поставок из США. Аналогично, чилийский экспорт винограда в 2018 году более чем в пять раз превысил американский (в стоимостном выражении), и этот разрыв продолжает расти.

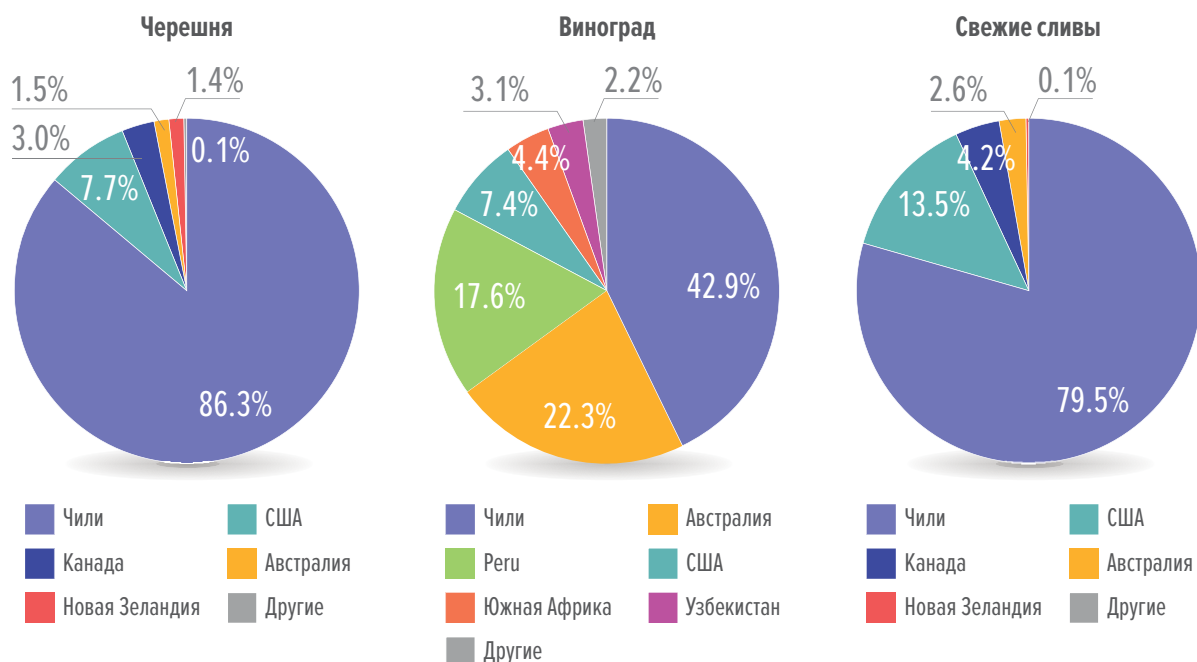
С точки зрения структуры, сектор садоводства Чили состоит из множества мелких производителей и нескольких крупных экспортеров.

Следует, однако, отметить, что в последние годы число участников внешнеэкономической деятельности растет. Например, черешня выращивается на более чем 12,5 тысячах плантаций; размер 88,7 процентов из них составляет менее 5 гектаров. При этом десять крупнейших экспортеров поставляют на зарубежные рынки более 50 процентов производимой в стране черешни и 40 процентов выращиваемого винограда. Компании «Garces Fruit» и «Copefruit S.A.» экспортируют около 14 и 10 процентов произведенной в стране за год продукции, соответственно (López, 2019.). С годами концентрация в секторе поставок фруктов уменьшается, что позволяет все большему количеству малых предприятий самим участвовать в экспорте. Если в период 1992–1993 годов 65 процентов всего экспорта фруктов приходилось на первую десятку экспортеров, то в 2017–2018 годах их доля составляла уже менее 34 процентов (Parodi, 2019).

Можно отметить ряд факторов, способствовавших успеху чилийских поставщиков на китайском рынке продукции садоводства, что может послужить примером для других стран. В то время как первые успехи чилийских экспортеров в Китае можно объяснить внешними

³³ Примечание: включает коды ТН ВЭД 080610, 080620, 080920, 080921, 080929, 080940, 081210 и 200860.

Рисунок 4.3. Доля чилийских фруктов в общем импорте фруктов в Китай



Источник: База данных по международной торговле Департамента статистики ООН UN COMTRADE (2019 г.).

глобальными макроэкономическими тенденциями и сезоном, на который приходится сбор урожая чилийских фруктов, дальнейшее укрепление их позиций на китайском рынке было подготовлено последовательными реформами в области либерализации торговли и сельскохозяйственной политики, что создало благоприятные условия для развития агропродовольственного сектора. Страны Центральной Азии могли бы воспользоваться опытом этих реформ при реализации курса на диверсификацию географии экспортных поставок, в том числе усиление присутствия на китайском рынке.

Соглашение о свободной торговле (ССТ), подписанное в 2005 году между Чили и КНР, – первое соглашение такого рода в Латинской Америке, – стало решающим фактором для увеличения экспорта чилийской сельхозпродукции в Китай на фоне замедления роста торговли между Чили и Европейским Союзом. Сразу же с момента подписания Соглашения беспрепятственный доступ на китайский рынок был предоставлен товарам, составляющим 37 процентов экспортной номенклатуры Чили (2 805 из 7 550 товаров); еще 2 947 товаров были переведены

в режим беспошлинной торговли в следующем году. К 2009 году средний размер импортного тарифа при поставках в Китай уменьшился до 0,1 процента. В рамках Соглашения обе страны договорились о графике снижения тарифов через один, пять и десять лет вплоть до полной отмены пошлин. В результате, в 2007 году Китай стал третьим по величине экспортным направлением Чили, а к 2010 году вышел на первое место. Мировой финансовый кризис 2007–2008 годов и последовавшее за ним падение курса евро вызвали замедление роста спроса на импортные товары в Европейском Союзе – традиционном рынке для экспортируемой из Чили продукции. Это стало дополнительным стимулом для чилийских экспортеров исследовать новые направления для поставок. Если в 2003–2007 годах экспорт сельскохозяйственной продукции из Чили в Европейский Союз рос ежегодными темпами 23,7 процента, то в период с 2008 по 2015 год эти темпы замедлились и упали до отметки 3,6 процента в год. Медленный прогресс в модернизации Соглашения о свободной торговле между ЕС и Чили стал еще одним фактором, заставившим чилийских экспортеров обратиться к осваиванию других рынков.

В целом, заключение ССТ с Китаем стало результатом либерального и предсказуемого подхода к политике торговли сельскохозяйственной продукцией, преобладавшего в Чили на протяжении многих лет. С начала 1980-х годов Чили в одностороннем порядке снизила ставку единого импортного тарифа (до шести процентов в отношении стран, пользующихся режимом наибольшего благоприятствования (РНБ)) без установления каких-либо количественных ограничений на импорт или экспорт. Помимо этих односторонних шагов и мер по повышению доверия к торговой политике страны, Чили последовательно заключила ряд двусторонних ССТ, которые снизили фактические тарифные ставки до примерно одного процента. Такое накопление обязательств перед торговыми партнерами на фоне одностороннего снижения всех импортных ограничений получило название «аддитивный регионализм». Либерализация торговли привела к устранению практически всех нетарифных барьеров на пути импорта и экспорта и к резкому снижению уровня импортных тарифов за счет установления единого тарифа для всех товаров. По мнению экономистов, такая либерализация послужила важным фактором роста всего торгового оборота и особенно благоприятно сказалась на поставках продукции сельского хозяйства. Согласно действующему законодательству, любые изменения тарифов подлежат одобрению на уровне Национального конгресса Чили, что гарантирует высокую предсказуемость торговой политики.

Приверженность Правительства Чили международной интеграции способствовала заключению торговых соглашений со странами, на которые приходится 80 процентов населения всего мира и 85 процентов всей создаваемой в мире добавленной стоимости. Переговоры Чили о заключении ССТ начались в 1996 году на региональном уровне – с МЕРКОСУР (Субрегиональным торгово-экономическим союзом стран Южной Америки) и другими латиноамериканскими партнерами; позже их география расширилась на север и привела к заключению соглашений с Канадой, Европейским Союзом и США. В настоящее время подобные соглашения подписаны также с Республикой Корея, Японией, КНР и рядом других стран. Примечательно, что ССТ между КНР и Чили стало первым двусторонним соглашением такого

рода для Китая: оно было подписано в 2005 году и вступило в силу в 2006 году. С тех пор в регионе Латинской Америки и Карибского бассейна Китай подписал ССТ с Перу (в 2009 году) и Коста-Рикой (в 2010 году).

С точки зрения перспектив для чилийского сельского хозяйства, двусторонние ССТ имеют особое значение, поскольку страна обладает сравнительными преимуществами в производстве свежих и переработанных фруктов и овощей, вина и продукции аквакультуры. В отличие от цен на биржевые товары (стандартные и реализуемые крупными партиями, такие как зерно и соя), которые практически не зависят от места продажи, цены на дифференцированные продукты в большей мере определяются стандартами экспортного рынка и действующими там ограничениями, в том числе санитарными и фитосанитарными. Формат многосторонних, универсальных соглашений о выходе на рынок не совсем подходит для продуктов такого рода, которые требуют активных двусторонних переговоров о правилах проверки и прослеживаемости, а зачастую и выдачи разрешений на проведение импортером контроля качества на территории страны-экспортера. Помимо этого, двусторонние ССТ позволили Чили улучшить условия для выхода на зарубежные рынки своей переработанной продукции, тарифы на которую в противном случае были бы выше (общеизвестный эффект тарифной эскалации). Хотя не все ограничения на импорт переработанной пищевой продукции из Чили были сняты (например, ЕС постепенно увеличивал импортные квоты на чилийскую говядину и растительное масло), двусторонние ССТ помогли диверсифицировать номенклатуру поставляемых продуктов питания, включив в нее товары с более высокой степенью переработки.

Стремительно растущий спрос Китая на импортные фрукты и недостаток предложения в зимние месяцы стали дополнительными факторами успеха Чили на китайском рынке. Благодаря тому, что Чили находится в другом полушарии, чилийские свежие фрукты созревают и могут поставляться на китайский рынок в зимний сезон. Время года, когда чилийская черешня поступает на рынки Китая, совпадает с Праздником Весны (китайским Новым годом). В это время принято дарить подарки, а черешня считается одним

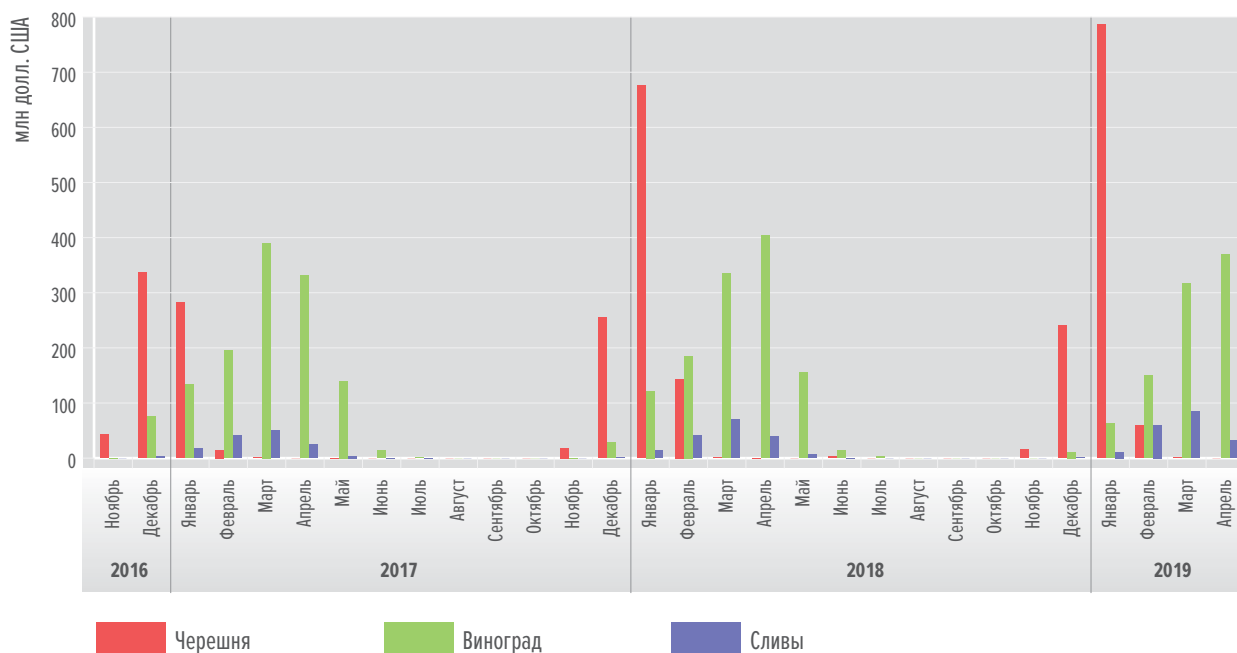
из самых ценных подарков в китайских семьях, поскольку символизирует любовь и привязанность. Этим объясняются высокие цены, которые выручают чилийские производители за свою продукцию в это время года.

Самые большие объемы поставок чилийских фруктов на китайский рынок наблюдаются в период с ноября по май, в зависимости от вида фруктов (Рисунок 4.4). Например, весь экспорт черешни из Чили приходится на четыре месяца: ноябрь, декабрь, январь и февраль. Если взять сезоны 2017/18 и 2018/19 годов, то, соответственно, 62 и 71 процент выручки от ее сезонных поставок было получено всего за один месяц – январь. В январе 2018 года объем экспорта чилийской черешни в стоимостном выражении составил 676 млн долларов США, тогда как в январе 2019 года достиг уже 787 млн долларов США. В свою очередь, виноград экспортируется в течение более длительного периода (с декабря по июнь) с пиком в апреле, когда экспортируется более 30 процентов от общего объема выращенной продукции (на сумму около 400 млн

долларов США). Аналогичная ситуация наблюдается со сливой, только пик поставок приходится на март. В то же время в период с июня по ноябрь экспорт фруктов из Чили падает фактически до нуля. Чилийские экспортеры вкладывают все больше средств в маркетинг с тем, чтобы стимулировать потребление черешни до и после Праздника Весны. По мнению экспортеров, это имело положительный эффект – продажи за пределами праздничного сезона выросли более чем на 20 процентов. Была запущена маркетинговая кампания «Наслаждайся красным моментом», направленная на расширение круглогодичного потребления черешни³⁴.

Аграрные реформы и национальная сельскохозяйственная политика создали благоприятные условия для развития сельского хозяйства и подготовили Чили к использованию возможностей, открывшихся на китайских рынках в начале 2000-х годов. Нынешняя стратегия страны по развитию сельского хозяйства и сельских территорий опирается на ряд кардинальных реформ национальной экономической

Рисунок 4.4. Среднемесячный Экспорт Чилийских Фруктов, Млн Долларов США



Источник: Центральный банк Чили (2019 г.).

³⁴ González, A., 2018. *Latin America–China Trade and Investment Amid Global Tensions*.

политики, которые начались в конце 1970-х годов. После продолжительного периода активного государственного вмешательства в экономику, которое началось в 1940-х годах и включало масштабную земельную реформу в период с 1965 по 1973 год, власти Чили инициировали ряд радикальных структурных изменений в политике, направленных на обеспечение прав собственности на землю, дерегулирование экономики, приватизацию бывших государственных предприятий и переход к свободной торговле. Реформы государственной политики в конкретных секторах дополнили эти общие политические сдвиги, более тесно связав инвестиции в сельское хозяйство и производственные решения со стимулами, порождаемыми ситуацией на внутреннем и международных рынках. В частности, в середине 1970-х годов правительство прекратило экспроприацию сельхозугодий, восстановило защиту прав частной собственности на землю и начало передавать земли крупных, де-факто контролируемых государством предприятий (так называемых *asentamientos*), небольшим частным хозяйствам.

В ходе реформ прямое государственное вмешательство на рынках продуктов, материально-технических ресурсов и кредитов постепенно прекращалось с тем, чтобы усилить там рыночную конкуренцию. В самом начале этого процесса были ликвидированы органы, отвечавшие за контроль над ценами, и так называемые «управления по сбыту», а сама практика ценового контроля была постепенно упразднена, хотя на это потребовалось немало времени. В отношении отдельных видов стратегически важной сельскохозяйственной продукции (а именно зерна и сахара) на протяжении почти десяти лет применялась программа стабилизации цен по формуле «разный ценовой коридор – разный налог на импорт». Экономические реформы включали приватизацию и дерегулирование авиакомпаний, портов и телекоммуникаций, что способствовало снижению затрат и улучшению качества услуг. В дальнейшем это сыграло очень важную роль в развитии

экспорта, и особенно поставок плодоовощной продукции.

Последующее подписание Соглашений о свободной торговле, в том числе с Европейским Союзом (2003 г.) и США (2004 г.), еще более снизило уровень государственного вмешательства во внутренние сельскохозяйственные рынки. В частности, в рамках реализации ССТ были отменены ценовые коридоры для стратегических продуктов. В настоящее время действующие тарифы на товары большинства торговых партнеров колеблются в пределах от одного до двух процентов без учета единого налога на добавленную стоимость (19 процентов), который не носит дискриминационного характера: не зависит от происхождения товара и применяется одинаково как к отечественной, так и к импортной продукции. В настоящее время общая средневзвешенная ставка тарифа составляет около одного процента.

Основные принципы государственной поддержки сельского хозяйства в Чили можно сформулировать следующим образом: i) прозрачная и эффективная выработка политики для отрасли; ii) крупные инвестиции в безопасность пищевых продуктов и соблюдение требований к качеству; iii) поддержка инноваций; iv) поддержка малого и среднего бизнеса; v) поддержка частных инициатив по продвижению экспорта; vi) либерализация торговой политики и согласование в ходе переговоров наилучших возможных условий с нынешними и потенциальными торговыми партнерами (*Khidirov et al., 2015*). Эти принципы находят отражение в бюджетных ассигнованиях на сельское хозяйство.

Чили постепенно снизило поддержку сельхозпроизводителей и использование мер поддержки рыночных цен³⁵, что делает чилийских фермеров зависимыми от колебаний мировых цен и, со временем, более устойчивыми к волатильности на внешних рынках. Начиная с 2003 года оценка поддержки производителей сельскохозяйственной продукции по методике

³⁵ Поддержка рыночных цен (ГПЦ – MPS) представляет собой показатель, отражающий годовой объем валовых денежных трансферов от потребителей и налогоплательщиков в пользу сельскохозяйственных производителей, которые возникают в результате мер государственного регулирования, создающих разрыв между ценами, получаемыми отечественными производителями, и справочными мировыми ценами на закупку определенного сельскохозяйственного товара непосредственно у фермера (farm-gate level).

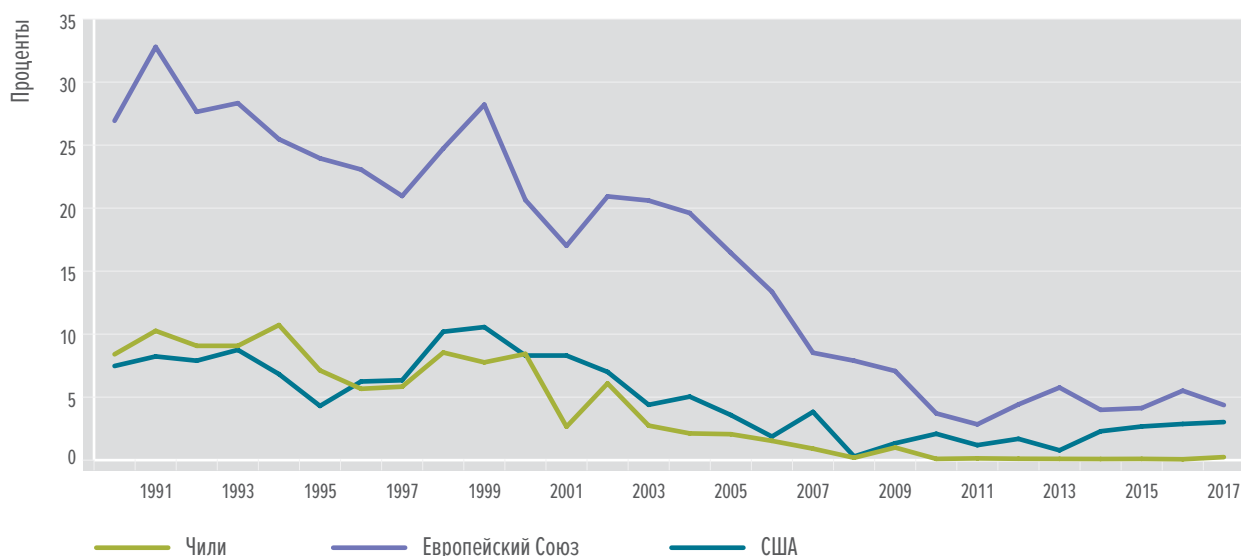
ОЭСР³⁶ снижается и в настоящее время составляет 0,24 процента (38,25 млн долларов США) от общего объема производства сельхозпродукции в стоимостном выражении (Рисунок 4.5). Это существенно ниже аналогичных показателей для ЕС и США – 4,4 процента (21 млрд долларов США) и 3 процента (10 млрд долларов США), соответственно. В структуре поддержки производителей меры по поддержке рыночных цен составляют 3 процента, в то время как остальная часть приходится, главным образом, на субсидии, связанные с ресурсным обеспечением (кредиты и удобрения) и предназначенные для мелких фермеров, а также на поддержку инвестиций в орошение (особенно капельное орошение и строительство небольших водохранилищ на уровне хозяйств) и на восстановление деградированных почв. В целом отмечается увеличение доли государственной поддержки сельхозпроизводителей в области обеспечения переменными ресурсами, формирования основного капитала и предоставления внутрихозяйственных услуг. Такие формы поддержки призваны заместить

меры по поддержке рыночных цен. Крупные хозяйства могут получать прямую государственную поддержку лишь в небольших размерах, при этом некоторые субсидии доступны и для коммерческих фермеров, в том числе на орошение и приобретение минеральных удобрений.

Правительство Чили активно инвестирует в общественные блага, способствующие развитию сельскохозяйственного сектора в целом.

Одной из отличительных характеристик чилийского подхода к сельскохозяйственной политике является то, что в стране нет избирательной торговой, налоговой или ценовой политики, предназначенной для стимулирования конкретных видов деятельности и связанных с ними секторов. Торговая и внутренняя политика строится на принципе единообразия инструментов и подходов как внутри, так и между различными секторами, в том числе в вопросах таможенных тарифов, мер внутренней поддержки и НДС. Вместо поддержки отдельных секторов, правительство выделяет большую долю государственных

Рисунок 4.5. Поддержка Сельхозпроизводителей, Процент от Совокупного Объема Сельскохозяйственного Производства



Источник: ОЭСР (OECD, 2018a).

³⁶ Оценка поддержки производителей (ОПП – PSE) представляет собой показатель, отражающий годовой объем валовых денежных трансфертов от потребителей и налогоплательщиков в пользу сельскохозяйственных производителей, измеряемый на уровне фермерских хозяйств и являющийся результатом мер государственного регулирования независимо от их характера, целей или воздействия на сельскохозяйственное производство или доход.

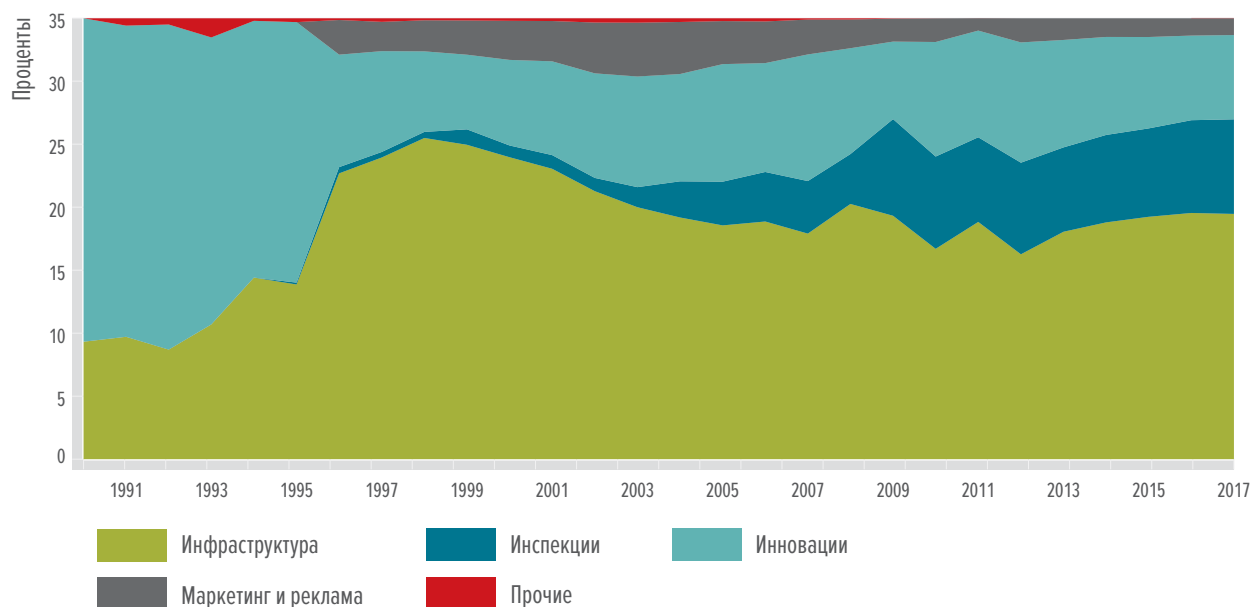
средств на финансирование общих услуг, таких как НИОКР, инспекции и здравоохранение, содействие экспорту и крупномасштабные инфраструктурные проекты (по большей части инвестиции в ирригационные системы) (Рисунок 4.6). В 2017 году правительство Чили выделило на финансирование общих услуг сельскому хозяйству 422 млн долларов США. Самая большая доля этих средств была направлена на инвестиции в инфраструктуру (55,6 процента). Ассигнования на контрольно-инспекционные службы составили 21,5 процента, на НИОКР – 19,1 процента, на маркетинг и продвижение экспорта – 3,8 процента. В Чили действует хорошо отлаженная программа исследований и разработок, направленных на выведение и внедрение новых сортов и агротехнических приемов. Частный и государственный сектор тесно сотрудничают в данной области, при этом частное финансирование растет намного быстрее, чем государственное (Khidirov et al., 2015).

В целом, уровень бюджетной поддержки общих услуг сельскому хозяйству в Чили, рассчитанный как процентное отношение соответствующих ассигнований из бюджета к совокупному объему сельскохозяйственного производства, является одним из самых высоких среди

стран-конкурентов и некоторых сопоставимых стран (Рисунок 4.7), главным образом, благодаря повышенному вниманию правительства к предоставлению общественных благ. В 2017 году это соотношение составило 2,6 процента и превысило соответствующие показатели в Аргентине, Бразилии, Новой Зеландии и Европейском Союзе. Соединенные Штаты Америки являются единственной страной в данной выборке, где отношение бюджетных расходов на общие услуги сельскому хозяйству к совокупному объему сельскохозяйственного производства было выше, чем в Чили – 2,8 процента.

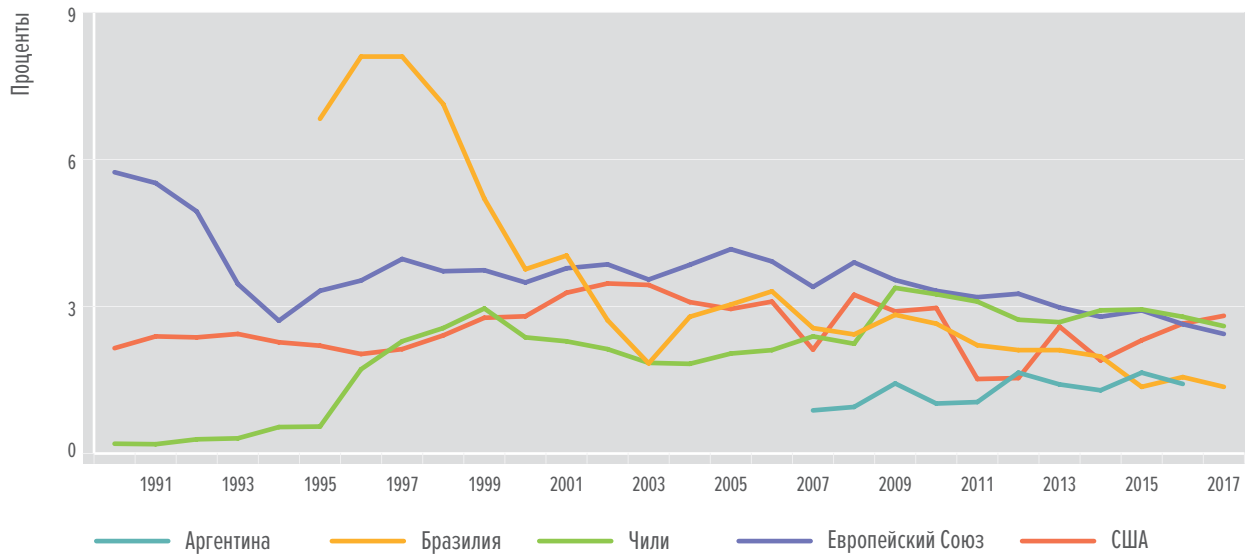
Стабильные государственные инвестиции в системы безопасности и контроля качества пищевых продуктов обеспечили конкурентоспособность чилийской сельскохозяйственной продукции на мировых рынках, в том числе в Китае. За период с 2003 по 2017 год бюджетные ассигнования на функционирование служб инспекции и контроля качества продовольствия выросли на 1 017 процентов – с 8,1 млн долларов США до 90,5 млн долларов США. В 2017 году их доля в общем объеме расходов на общие услуги сельскому хозяйству составила 20 процентов. Самые большие бюджетные средства выделяются на программу инспектирования экспортной

Рисунок 4.6. Структура Финансирования Общих Услуг Сельскому Хозяйству



Источник: ОЭСР (OECD, 2018a).

Рисунок 4.7. Соотношение Бюджетных Расходов на Общие Услуги Сельскому Хозяйству и Совокупного Объема Сельскохозяйственного Производства



Источник: ОЭСР (OECD, 2018a).

продукции сельского и лесного хозяйства (54 процента от общей суммы) и на проведение инспекционного контроля на границе (29 процентов). Примечательно, что по оценкам ОЭСР все ключевые экспортеры фруктов в Китай, включая США, Австралию, Новую Зеландию, Южную Африку и Филиппины, направляют существенную долю своих бюджетных ассигнований на финансирование служб инспекции и контроля.

В соответствии со стандартами супермаркетов Европы, Японии, США и Китая, от чилийских экспортеров в обязательном порядке требуется независимая (частная) сертификация. Экспортеры должны получить сертификаты различных частных сертификационных агентств, таких как «British Retail Consortium», «Global G.A.P.», «Global G.A.P. Risk Assessment on Social Practice» (GRASP), «Hazard Analysis and Critical Control Points» (НАССР), «Rainforest Alliance», «Tesco» и «Walmart». Помимо прочего, такие сертификаты удостоверяют соответствие надлежащей сельскохозяйственной практике, в понятие которой входит не только качество и безопасность продукции, но и ряд аспектов производственного процесса, такие как условия труда и соответствие требованиям охраны окружающей

среды. Эти стандарты были приняты и внедрены коммерческими чилийскими производителями и экспортерами. Помимо этого, Ассоциация экспортеров фруктов Чили (ASOEX) инициировала программу надлежащей сельскохозяйственной практики («Chile G.A.P.»), в рамках которой будет оказываться помощь чилийским производителям и экспортерам фруктов и овощей по обеспечению соответствия многочисленным частным требованиям, установленным различными иностранными розничными сетями.

Стратегическое внимание к Китаю и активная поддержка экспорта стали важными факторами, способствующими успеху Чили в завоевании китайского рынка свежих фруктов. Чилийское правительство рассматривает Китай в качестве приоритетного рынка. Продвижением экспорта сельскохозяйственной продукции в этом направлении занимаются два государственных агентства – «ProChile» и «DirEcon» (Рисунок 4.8). С целью построить прочные отношения с Китаем, «ProChile» реализует долгосрочную стратегию, основанную на ежегодном выведении на рынок новой продукции, изучении прошлого опыта и увеличении числа заключенных контрактов (Gonzalez, 2018). В Китае открыты четыре торговых представительства

Рисунок 4.8. Государственные Учреждения Чили, Занимающиеся Продвижением Экспорта



АГЕНТСТВО ПО СОДЕЙСТВИЮ ЭКСПОРТУ, КОТОРОЕ ЗАНИМАЕТСЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ НА РЫНОК ЧИЛИЙСКИХ СВЕЖИХ ФРУКТОВ И ПОМОГАЕТ ПОЗИЦИОНИРОВАТЬ ОТРАСЛЬ КАК НАДЕЖНОГО ПАРТНЕРА ПО ПОСТАВКАМ СВЕЖИХ ФРУКТОВ ВО ВСЕМ МИРЕ



Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

ЧИЛИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АГЕНТСТВО, ОТВЕЧАЮЩЕЕ ЗА РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ И ПОЗИЦИОНИРУЮЩЕЕ ЧИЛИ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ

Чили – в Шанхае, Гуанчжоу, Пекине и в специальном административном районе (САР) Гонконг; кроме того, в Пекине работает советник по вопросам сельского хозяйства. Регулярно проводится ряд рекламных и маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение присутствия чилийских фруктов на китайском рынке. Помимо этого, «ProChile» тесно сотрудничает с частными ассоциациями экспортеров в целях повышения качества, укрепления позиций на рынке и финансирования исследований по выявлению новых тенденций и возможностей.

Правительство Чили и частный сектор признают рыночный потенциал электронной торговли свежими фруктами в Китае и сотрудничают с китайскими компаниями, занимающимися такой торговлей, для продвижения чилийской продукции. В 2015 году агентство «DirEcon» подписало соглашение с «Alibaba» о продвижении продукции малых и средних чилийских предприятий-экспортеров. В том же году «ASOEX» заключила особое соглашение с «Alibaba» о налаживании в Китае прямых онлайн-продаж чилийских фруктов, в частности голубики и черешни. В начале 2019 года «ASOEX» организовала рекламную кампанию в супермаркете «Нета» (оффлайн-сеть в группе «Alibaba»), где были представлены черешня, голубика и авокадо из Чили.

Чилийская фруктовая отрасль вовремя осознала важность узнаваемого бренда и высококачественной упаковки для китайских потребителей (Рисунок 4.9). Чилийские экспортеры вложили значительные средства в стандартизацию и упаковку фруктов в ответ на внимание китайских потребителей к высокому качеству и фирменной упаковке. Инвестиции в современное оборудование дали чилийским производителям фруктов заметное конкурентное преимущество

на китайских рынках: его установка позволила не только автоматизировать и усовершенствовать процесс упаковки, но и производить сортировку фруктов по размеру и цвету.

Установление прочных отношений с китайскими партнерами стало еще одной причиной успеха чилийских экспортеров в Китае. Китай выдвигает особые требования к каждому товару, импортируемому из Чили. Разрешается поставлять фрукты только определенного происхождения (из конкретных районов страны и от конкретных производителей). Стратегия, которой придерживались чилийские производители, заключалась в налаживании прямых связей с китайскими импортерами в целях удовлетворения их конкретных требований и ускорения экспортных операций. Несколько китайских экспортеров в настоящее время базируются в сельскохозяйственных районах Чили в сезон сбора урожая, закупают его непосредственно у небольших фирм (которые, в свою очередь, приобретают продукцию у фермеров), организуют и оформляют отгрузки, а затем реализуют товар в Китае. Аналогично

Рисунок 4.9. Унифицированный Бренд Чилийских Фруктов



Источник: FruitsfromChile.com (2019 г.).

тому, как китайские компании работают через свои представительства в Чили, все большее число чилийских экспортеров открывают свои офисы в Китае, тем самым снижая издержки и получая возможность влиять на цены, вести прямые переговоры с местными покупателями в портах ввоза и расширять географию поставок, проникая на рынки в глубинных регионах Китая.

Тесное сотрудничество между китайскими и чилийскими партнерами позволило разработать специальные контракты на перевозку черешни морским транспортом, благодаря которым транспортировка через океан занимает намного меньше времени. Теперь суда с чилийским экспортным грузом отправляются напрямую с побережья Чили в САР Гонконг, куда они прибывают примерно за 22 дня по сравнению с 40 днями всего несколько лет назад. Цель такого контракта – гарантировать прибытие чилийских фруктов к месту назначения в более короткие сроки и сохранить свежесть продукции. И хотя такая транспортировка стоит дороже, чем по обычным контрактам, затраты, как правило, окупаются, поскольку свежая продукция доставляется на китайские рынки быстрее,

а значит лучше сохраняется ее качество и оптимизируются сроки поставок³⁷. Эти так называемые суда «Cherry Express» («Черешневый экспресс»), которые начали курсировать совсем недавно³⁸, отплывают напрямую из Вальпараисо в САР Гонконг без промежуточных остановок, но взимают значительно более высокие ставки за фрахт. Стоимость перевозки с использованием такого типа морских судов составляет 1,3 доллара США за килограмм, что более чем в 17 раз превышает стоимость обычной отправки фруктов в Азию. Но, несмотря на большие затраты, экспортеры отдают предпочтение таким перевозкам. Альтернативный способ – отправлять черешню в Китай воздушным транспортом в ноябре и декабре, чтобы воспользоваться более высокими ценами в этот сезон. Стоимость авиаперевозки черешни составляет около 3,6 доллара США за килограмм, и чтобы долететь до Китая нужно всего четыре дня³⁹. Такой метод перевозки используется всего несколькими экспортерами, которые стремятся извлечь максимальную выгоду из сезонного роста цен на китайских рынках в декабре. Основная часть экспортных грузов все еще поставляется в течение января морским транспортом.

³⁷ Эти контракты предусматривают также страхование перевозки для снижения рисков неправильного обращения с продовольственным грузом, потерь и нарушения сроков поставки.

³⁸ «Nipag-Lloyd» и «Hamburg Sud» запустили «Cherry Express» из Чили в сезоне 2016/17 гг.

³⁹ Информация получена на сайтах <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/china-se-convierte-en-el-mercado-mas-importante-de-la-cereza-chilena> и <http://impresa.lasegunda.com/2018/11/28/AVG3GNDCH/all>.

5. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов

Результаты отчета указывают на необходимость увеличения объемов, повышения качества, уровня организации и устойчивости экспорта свежих фруктов из Центральной Азии с тем, чтобы они могли стать конкурентоспособными на китайских и прочих быстро развивающихся мировых рынках этой продукции. Чтобы реализовать свой экспортный потенциал, странам Центральной Азии необходимо преодолеть ряд ограничений, которые можно сгруппировать следующим образом:

Поставка больших объемов фруктов стабильного качества, как того требуют крупные и организованные импортные рынки (такие как Китай и официальный розничный сектор Российской Федерации), может быть обеспечена только путем интеграции мелких производителей фруктов Центральной Азии в производственно-сбытовые цепочки. Чтобы выйти на китайский и верхний сегмент российского рынка, экспортеры из Центральной Азии должны быть в состоянии поставлять крупные партии фруктов неизменно высокого качества и в строго установленные сроки. Эти требования соответствуют тенденциям развития глобальных фруктовых рынков, которые становятся все более концентрированными на уровне розничной торговли. При этом ведущие торговые компании предпочитают иметь дело с меньшим количеством и более крупными поставщиками с целью сократить свои транзакционные издержки. Центральноеазиатские производители смогут поставлять большие объемы качественных фруктов при условии налаживания кооперации между мелкими хозяйствами. Роль правительства в этом случае может заключаться в предоставлении фермерам, участвующим в такой кооперации, различных форм государственной поддержки, а также в объяснении производителям тех преимуществ, которые дает кооперация и обмен знаниями.

Обеспечение фермерам доступа к высококачественным производственным ресурсам – орошению, семенам, удобрениям и финансированию – является необходимым условием для повышения урожайности фруктов в Центральной Азии до уровня ведущих мировых производителей. Исследование показало, что по всему региону производители фруктов, которые являются преимущественно мелкими фермерами, испытывают трудности в получении финансирования, которое позволило бы им закупать более качественные материально-технические ресурсы, модернизировать технологии производства, улучшить системы орошения или расширить производство. Несмотря на то, что банки разработали финансовые продукты специально для сельскохозяйственных заемщиков, их процентные ставки остаются высокими, а требования для получения финансирования сложны и непонятны для большинства мелких производителей. Ограниченный доступ к финансовым ресурсам является одной из основных причин нынешнего высокого уровня неформальных поставок фруктов из Центральной Азии на российские рынки – поскольку местным производителям не хватает оборотного капитала, они стремятся продать свои фрукты как можно быстрее и с меньшими формальностями для ускорения оборота средств.

Чтобы стать конкурентоспособными на мировых рынках, производителям фруктов из Центральной Азии необходимо овладеть современными знаниями и технологиями в области выращивания, послеуборочной обработки и хранения фруктов. Садоводство является высокотехнологичным и требующим соответствующей квалификации сектором. При этом заинтересованные стороны во всех обследованных странах указали на отсутствие современных технических знаний у мелких производителей фруктов. Чтобы обеспечить рост в секторе, правительствам стран Центральной Азии необходимо инвестировать в наращивание человеческого потенциала и распространение знаний, доводя до производителей фруктов результаты исследований и обучая их передовым агротехническим приемам и технологиям. Службы сельскохозяйственной пропаганды должны организовывать образовательные программы для фермеров по уходу за растениями, выращиванию высокопродуктивных сортов плодовых

деревьев, послеуборочной обработке и обязательной сортировке фруктов. Необходимо объяснять производителям, какие проблемы возникают из-за традиционных подходов к выращиванию и обращению со свежими фруктами, когда не учитываются требования международных рынков к безопасности и качеству пищевых продуктов.

Для обеспечения стабильной и надежной поставки качественных фруктов крайне важна эффективная цепь холодильного хранения после сбора урожая. Отсутствие достаточной мощности и эффективной инфраструктуры холодильной цепи является основной причиной потерь урожая фруктов в странах Центральной Азии, подрывающей конкурентоспособность экспортеров из этого региона на экспортных рынках. Во всех трех изученных странах современные мощности холодильной цепи не соответствуют потребностям в хранении продукции садоводства. Например, в Узбекистане существующей вместимости холодильных складов достаточно для хранения менее 3 процентов прогнозируемого урожая фруктов и овощей в 2020 году. Узбекистан активно вкладывает средства в развитие холодильной цепи, при этом Кыргызстану и Таджикистану следует стимулировать инвестиции в эту область.

Решающим фактором реализации экспортного потенциала в области садоводства станет способность правительств стран Центральной Азии наладить современные, международно-признанные системы обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов. Качество работы и уровень материально-технического оснащения государственных органов таможенного контроля и инспектирования не соответствуют требованиям, предъявляемым современными рынками садоводческой продукции, что ставит экспортеров из Центральной Азии в невыгодное положение по сравнению с их мировыми конкурентами. В частности, действующие в регионе лаборатории по тестированию пищевых продуктов не признаются китайскими рынками, так как они не оснащены современным оборудованием, а персонал не проходит соответствующую новейшим требованиям подготовку (*Euromonitor International, 2017*). Китайские партнеры «тщательно подбирают» экспортеров фруктов из Центральной Азии, что ограничивает

общий объем экспорта из региона. При сохранении существующей практики, это станет главным препятствием на пути увеличения поставок продукции садоводства из стран Центральной Азии в Китай или на другие рынки в верхнем ценовом сегменте. Несмотря на то, что правительства стран Центральной Азии осознают проблемы, связанные с обеспечением безопасности и качества пищевых продуктов, и разрабатывают планы по улучшению ситуации, еще многое предстоит сделать. Необходимы срочные инвестиции в создание лабораторий, признаваемых на международном уровне и оснащенных современным оборудованием, а также в разработку образовательных программ для подготовки специалистов в области качества пищевых продуктов. Ужесточение требований к безопасности и качеству импортируемых фруктов не является чем-то уникальным для Китая или Российской Федерации, а служит отражением происходящих в мире изменений, формирующих глобальную торговлю продукцией садоводства. Это требует от правительств Центральной Азии адаптации к меняющейся ситуации. Рост численности и благосостояния среднего класса по всему миру приводит к смещению потребительских предпочтений в сторону более разнообразных, полезных для здоровья и высококачественных продуктов питания, а также повышает внимание общественности к вопросам безопасности продукции. В развитых странах и в странах со средним уровнем достатка эти тенденции сопровождаются ужесточением существующих требований и стандартов в отношении качества и безопасности пищевых продуктов. Аналогичные тенденции наблюдаются в официальных розничных сетях, расширяющих свою деятельность как в развитых, так и в развивающихся странах. В целом, цепочки по производству и сбыту садоводческой продукции во всем мире становятся все более формальными, прозрачными и концентрированными. Это требует проведения реформ в секторах садоводства Центральной Азии с тем, чтобы стать полноправными участниками мировой торговли фруктами.

Опыт ведущих мировых экспортеров продукции садоводства свидетельствует о том, что инвестиции в исследования и разработки являются критически важными для обеспечения конкурентоспособности; без таких инвестиций в НИОКР страны Центральной Азии не

смогут реализовать свой экспортный потенциал в этом секторе. Примеры Турции и Чили показывают, что инвестиции в НИОКР (как государственные, так и частные) сыграли решающую роль в обеспечении успеха этих двух стран на китайском и российском рынках фруктов. До тех пор, пока правительства стран Центральной Азии не осознают важность таких инвестиций для увеличения общего объема производства фруктов и расширения разнообразия сортов, выращиваемых в регионе, их экспортеры будут оставаться менее конкурентоспособными на международных рынках. Как отмечается в отчете, выращивание раннеспелых сортов фруктов может сразу же обеспечить странам Центральной Азии конкурентное преимущество на их целевых рынках. Вложения в НИОКР в регионе тем более важны, что здесь наблюдаются резкие перепады климатических условий, что требует выведения устойчивых к ним сортов. Частный и государственный секторы должны тесно взаимодействовать в этой области. Финансирование научно-исследовательских центров должно во многом определяться применимостью результатов их исследований для коммерческих целей.

Развитие цифровизации в сельскохозяйственном секторе поможет найти новые способы устранения существующих ограничений для проникновения экспортеров из Центральной Азии на новые экспортные рынки. Цифровые технологии, такие как новые цифровые платформы и приложения, позволят снизить существующие операционные издержки и преодолеть несовершенство рыночных механизмов, характерное для сектора садоводства Центральной Азии, повысив тем самым его эффективность. В частности, цифровизация сектора поможет предоставить различным заинтересованным сторонам вдоль всей цепочки производства и сбыта фруктов прямой доступ к информации о рынках сырья и продукции, в том числе международных, снизить зависимость от традиционных посредников и повысить согласованность между производством и спросом. Цифровые решения, такие как цифровые консультационные услуги, могут также использоваться для информирования фермеров-садоводов о передовых методах производства, послеуборочной обработки и внутрихозяйственного хранения, способах использования новых технологий, правилах внесения удобрений и агрохимикатов, стандартах и методах

управления финансами. Кроме того, цифровые технологии способны улучшить качество государственного управления и предоставления госуслуг. В частности, цифровизация может повысить эффективность и надежность систем прослеживаемости товаров, таможенного контроля и торговой логистики (*OECD, 2018b*).

Расширение участия в многосторонних и двусторонних торговых соглашениях поставит экспортеров из Центральной Азии в равные условия с другими игроками на мировых рынках. Если Кыргызстан и Таджикистан уже являются членами Всемирной Торговой Организации (ВТО) и получают выгоды за счет режима наибольшего благоприятствования, то Узбекистану необходимо ускорить переговоры о вступлении и завершить этот процесс. Это позволит стране воспользоваться преимуществами многосторонней торговой системы. Кроме того, расширяя список стран, с которыми заключены Соглашения о свободной торговле, страны Центральной Азии облегчают себе доступ на рынки этих стран, в том числе на китайский. Как показывают чилийско-китайские торговые отношения, подписание подобного соглашения стало ключевым фактором успеха чилийских экспортеров на китайских фруктовых рынках.

Активизация усилий по продвижению экспорта и маркетингу продукции будет способствовать проникновению фруктов из Центральной Азии на новые экспортные рынки. Результаты исследования показали, что центральноазиатские фрукты обладают конкурентными преимуществами, основанными на более низкой себестоимости. Кроме того, у стран региона есть еще большой потенциал для увеличения своих конкурентных преимуществ за счет дифференциации продукции. Такая стратегия представляется наиболее надежной для усиления позиций на рынках верхнего сегмента и получения стабильно высокого дохода. Для дифференциации продукции может потребоваться повышение квалификации работников в области производства и переработки, увеличение капитальных затрат, расширение возможностей для инноваций или даже просто уделение большего внимания маркетингу и продвижению экспорта (*Labaste, 2015*). Пример Чили, приведенный в отчете, подчеркивает роль, которую правительства стран могут играть в маркетинге и продвижении на зарубежные рынки

продукции садоводства. Считается, что абрикосы из Центральной Азии, особенно таджикские и узбекские, по своим характеристикам превосходят продукцию конкурентов, однако иностранные торговые компании и потребители, в том числе китайские, не осведомлены об их качестве, вкусе и пищевой ценности. Аналогичная ситуация наблюдается с выращиваемым в регионе виноградом. Правительства стран Центральной Азии могли бы поддержать своих экспортеров, содействуя и поощряя их участие в международных торговых выставках и других мероприятиях по содействию торговле, особенно на приоритетных рынках. Им также необходимо усилить или открыть торговые представительства своих стран в целевых странах-импортерах. Для повышения прозрачности цепочек поставок важно обеспечить доступ производителей к рыночной информации. Чтобы оставаться конкурентоспособными на международных рынках, производители фруктов должны без труда получать актуальную информацию о ситуации на них. Правительствам необходимо направить государственные средства на расширение рыночных исследований и сбор данных, с тем чтобы точнее оценивать целевые рынки и затраты, связанные

с производством продукции. Это поможет производителям из Центральной Азии лучше приспособиться к существующему на мировых рынках спросу и появлению новых тенденций.

На фоне того, что регион в целом сталкивается с похожими ограничениями в цепочке производства и сбыта фруктов, в каждой из стран острота той или иной проблемы диктует свои приоритеты в очередности их решения.

Устранение некоторых из этих ограничений уже включено в повестку текущих программ/проектов, реализуемых правительствами или международными организациями. В таких случаях необходимо обеспечить продолжение и/или активизацию запланированных мер. В иных случаях, когда правительства пока еще не предприняли серьезных шагов по устранению существующих недостатков, это потребует координации усилий для достижения цели. Исходя из выводов отчета, основанных на интервью с заинтересованными сторонами и обзоре литературы, в Таблицах 5.1, 5.2, и 5.3 перечисляются направления, требующие участия правительств каждой из трех стран в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Таблица 5.1. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Кыргызстан

Краткосрочные приоритеты	1. Производство и маркетинг	2. Безопасность и качество пищевой продукции	3. Обучение и информация	4. Содействие торговле и экспорту	5. Нормативно-правовое регулирование
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Укрепление связей в цепочках производства и сбыта фруктов в целях интеграции в них мелких производителей: <ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование кооперации между производителями внутри страны • Укрепление рыночных связей между производителями и агрегаторами/покупателями фруктов • Изучение возможности кластерного подхода к выращиванию фруктов ▪ Улучшение доступа производителей фруктов к финансовым ресурсам: <ul style="list-style-type: none"> • Предоставление информации об имеющихся финансовых инструментах • Разработка новых финансовых инструментов, в частности, ориентированных на мелких производителей ▪ Стимулирование частных инвестиций в мощностя холодильного хранения и послепромышленной обработки 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Модернизация оборудования, методов тестирования и сертификации, применяемых лабораториями по контролю безопасности пищевых продуктов ▪ Принятие и распространение стандартов качества и классификации фруктов ▪ Содействие внедрению системы НАССР в частном секторе ▪ Предоставление технической и финансовой поддержки экспортерам для внедрения международных стандартов качества 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение квалификации фермеров в области методов производства и сбора урожая, способов хранения продукции внутри хозяйств, использования новых технологий, внесения удобрений и агрохимикатов, внедрения стандартов и методов финансового управления с помощью консультационных и внедренческих служб, в том числе с использованием цифровых технологий ▪ Создание систем рыночной информации о ситуации на внутренних и международных рынках продукции садоводства ▪ Совершенствование учебных программ по безопасности пищевых продуктов ▪ Обучение экспортеров по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Анализ и поиск рыночных возможностей на мировых рынках продукции садоводства, в том числе возможностей для экспорта органической продукции • Соблюдение требований рынков/сетей супермаркетов, в том числе в Китае и в Российской Федерации • Ведение экспортной документации • Таможенные процедуры и правила • Установление прямых контактов с импортерами на новых рынках, в том числе в Китае • Финансовые механизмы и стратегии снижения рисков для запуска экспортных операций на новых рынках 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Продолжение развития торгово-экономического сотрудничества с Китаем, в том числе в сфере садоводства ▪ Подготовка программ и инициатив по продвижению экспорта садоводческой продукции ▪ Предоставление информации о требованиях к импортируемой продукции в странах-торговых партнерах, в том числе в их розничных сетях ▪ Поощрение и поддержка участия киргизских экспортеров продукции садоводства в международных выставках и ярмарках 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение прозрачности на всем протяжении цепочек производства и сбыта фруктов для обеспечения лучшей прослеживаемости продукции ▪ Устранение нелегальных поборов и сокращение задержек при пересечении границы ▪ Упрощение административных процедур, связанных с экспортом фруктов

(продолжение табл. 5.1 на следующей странице)

(продолжение табл. 5.1.)

Среднесрочные приоритеты				
1. Безопасность и качество пищевой продукции	<ul style="list-style-type: none"> Поддержка в области разработки современных средств для мониторинга болезней и вредителей Повышение эффективности СФС инспекций на пограничных пунктах пропуска Обеспечение обучения и наращивания потенциала государственных органов в области внедрения стандартов 	2. Производство и маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> Поддержка развития сервисных кооперативов и частных снабженческих компаний, обеспечивающих фермеров материально-техническими ресурсами Улучшение доступности удобрений/ посадочного материала для мелких фермеров Создание современных распределительных центров в непосредственной близости к местам выращивания фруктов Модернизация существующих оптовых рынков 	3. Цифровые технологии
4. Транспортировка	<ul style="list-style-type: none"> Решение проблемы высокой стоимости железнодорожных и воздушных перевозок Улучшение дорожной инфраструктуры 	<ul style="list-style-type: none"> Оснащение соответствующих государственных ИКТ для повышения уровня цифровизации услуг Создание благоприятных условий для внедрения цифровых технологий в частном секторе, работающем в отрасли садоводства Организация курсов компьютерной грамотности для фермеров и экспортеров 	3. Нормативно-правовое регулирование	<ul style="list-style-type: none"> Продолжение работы по созданию более благоприятной нормативно-правовой среды для привлечения внутренних и иностранных инвестиций в сектор садоводства
Долгосрочные приоритеты				
1. НИОКР	<ul style="list-style-type: none"> Увеличение инвестиций и наращивание потенциала научно-исследовательских институтов для выведения местных сортов плодовых культур 	2. Цифровые технологии	<ul style="list-style-type: none"> Продолжение инвестиций в инфраструктуру электронной торговли Создание цифровых инновационных центров в сельском хозяйстве 	3. Цифровые технологии

Таблица 5.2. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Таджикистан

Краткосрочные приоритеты	1. Производство и маркетинг	2. Обучение и информация	3. Нормативно-правовое регулирование	4. Сдействие торговле и экспорту	5. Безопасность и качество пищевой продукции
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Укрепление связей в цепочке производства и сбыта фруктов в целях интегрирования в них мелких производителей: • Стимулирование кооперации между производителями внутри страны • Укрепление рыночных связей между производителями и агрегаторами/покупателями фруктов • Изучение возможности кластерного подхода к выращиванию фруктов ▪ Укрепление рыночных связей между производителями фруктов и поставщиками материально-технических ресурсов ▪ Улучшение доступа производителей фруктов к финансовым ресурсам: • Предоставление информации об имеющихся финансовых инструментах • Разработка новых финансовых инструментов, в частности, ориентированных на мелких производителей 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение квалификации фермеров в области методов производства и сбора урожая, способов хранения продукции внутри хозяйств, использования новых технологий, внесения удобрений и агрохимикатов, внедрения стандартов и методов финансового управления с помощью консультационных и внедренческих служб, в том числе с использованием цифровых технологий ▪ Создание систем рыночной информации о ситуации на внутренних и международных рынках продукции садоводства ▪ Совершенствование учебных программ по безопасности пищевых продуктов ▪ Обучение экспортеров по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Анализ и поиск рыночных возможностей на мировых рынках продукции садоводства, в том числе возможностей для экспорта органической продукции • Соблюдение требований рынков/сетей супермаркетов, в том числе в Китае и в Российской Федерации • Таможенные процедуры и правила • Ведение экспортной документации • Установление прямых контактов с импортерами на новых рынках, в том числе в Китае • Финансовые механизмы и стратегии снижения рисков для запуска экспортных операций на новых рынках 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение прозрачности на всем протяжении цепочек производства и сбыта фруктов ▪ Сокращение доли неформальных каналов экспорта ▪ Устранение нелегальных поборов и сокращение задержек при пересечении границы ▪ Отмена ненужных административных процедур для экспортеров 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Продолжение развития торгового-экономического сотрудничества с Китаем, в том числе в сфере садоводства ▪ Подготовка программ и инициатив по продвижению экспорта садоводческой продукции ▪ Предоставление информации о требованиях к импортируемой продукции в странах-торговых партнерах, в том числе в их розничных сетях ▪ Поощрение и поддержка участия таджикских экспортеров продукции садоводства в международных выставках и ярмарках 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Принятие и распространение стандартов качества и классификации фруктов, принятых на международных рынках ▪ Принятие и обеспечение соблюдения стандартов и протоколов МДУ остаточного содержания вредных веществ в соответствии с международными нормами 	

(продолжение табл. 5.2. на следующей странице)

(продолжение табл. 5.2.)

Среднесрочные приоритеты							
1. Производство и маркетинг	Увеличение инвестиций в современные системы орошения	2. Безопасность и качество пищевой продукции	3. Цифровые технологии	4. Транспортировка	5. Содействие торговле и экспорту		
	Снижение импортных барьеров для ввоза качественных и высокопроизводительных машин и оборудования						
	Стимулирование частных инвестиций в мощности холодильного хранения и послеуборочной обработки						
	Модернизация и усиление надзора за безопасностью пищевых продуктов внутри страны						
Модернизация оборудования, методов тестирования и сертификации, применяемых лабораториями по контролю безопасности пищевых продуктов	Обеспечение обучения и наращивания потенциала государственных органов в области внедрения стандартов	Содействие внедрению системы НАССР в частном секторе	Оснащение соответствующих государственных систем ИКТ для повышения уровня цифровизации услуг	Решение проблемы высокой стоимости железнодорожных перевозок	Улучшение дорожной инфраструктуры	Проведение переговоров по новым торговым соглашениям	Активизация торговой дипломатии через посольства Таджикистана
Долгосрочные приоритеты							
1. Производство и маркетинг	Совершенствование земельного законодательства с целью повышения гибкости землепользования и усиления защиты земельных прав	2. НИОКР	3. Цифровые технологии	4. Нормативно-правовое регулирование	5. Содействие торговле и экспорту		
	Создание современных распределительных центров в непосредственной близости от мест выращивания фруктов						
Увеличение инвестиций и наращивание потенциала научно-исследовательских институтов для выведения местных сортов плодовых культур	Создание благоприятных условий для внедрения цифровых технологий в частном секторе, работающем в отрасли садоводства	Создание цифровых инновационных центров в сельском хозяйстве	Инвестиции в инфраструктуру электронной торговли	Продолжение работы по созданию более благоприятной нормативно-правовой среды для привлечения внутренних и иностранных инвестиций в сектор садоводства			

Таблица 5.3. Рекомендации в Отношении Мер Государственной Политики по Расширению Производства и Продвижению Экспорта Фруктов – Узбекистан

Краткосрочные приоритеты	1. Безопасность и качество пищевой продукции	2. Содействие торговле и экспорту	3. Обучение и информация	4. Нормативно-правовое регулирование	5. Производство и маркетинг
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ускорение процедуры подписания Международной конвенции по карантину и защите растений (IPCC) ▪ Создание возможностей для проведения анализа фитосанитарных рисков, соответствующего требованиям IPCC и ее участников ▪ Принятие стандартов и протоколов МДУ остаточного содержания вредных веществ в соответствии с международными нормами ▪ Содействие внедрению системы HACCP в частном секторе ▪ Предоставление технической и финансовой поддержки экспортерам для внедрения международных стандартов качества 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Активизация переговоров о вступлении в ВТО и завершение этого процесса ▪ Расширение программ и инициатив по продвижению экспорта садоводческой продукции ▪ Предоставление информации о требованиях к импортируемой продукции в странах-торговых партнерах, в том числе в их розничных сетях ▪ Поощрение и поддержка участия узбекских экспортеров продукции садоводства в международных торговых выставках и ярмарках ▪ Открытие доступа к данным для их международного использования путем соединения к всемирно-признанным системам, таким как UNCOMTRADE, ITC и INTRACEN 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение квалификации фермеров в области методов производства и сбора урожая, способов хранения продукции внутри хозяйств, использования новых технологий, внесения удобрений и агрохимикатов, внедрения стандартов и методов финансового управления с помощью консультационных и внедренческих служб, в том числе с использованием цифровых технологий ▪ Обучение экспортеров по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Анализ и поиск рыночных возможностей на мировых рынках продукции садоводства, в том числе возможностей для экспорта органической продукции • Соблюдение требований рынков/сетей супермаркетов, в том числе в Китае и в Российской Федерации • Ведение экспортной документации • Установление прямых контактов с импортерами на новых рынках, включая навыки презентации товаров и ведения переговоров • Финансовые механизмы и стратегии снижения рисков для запуска экспортных операций на новых рынках 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Устранение нелегальных поборов и сокращение задержек при пересечении границы ▪ Повышение прозрачности на всем протяжении цепочек производства и сбыта фруктов 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Укрепление связей в цепочках производства и сбыта фруктов в целях интегрирования в них мелких производителей посредством кооперации и производственного партнерства ▪ Стимулирование частных инвестиций в мощности холодильного хранения и послепромышленной обработки 	

(продолжение табл. 5.3. на следующей странице)

(продолжение табл. 5.3.)

Среднесрочные приоритеты				
1. Безопасность и качество пищевой продукции	<ul style="list-style-type: none"> Поддержка при создании местных отделений международных организаций по сертификации Обеспечение обучения и наращивания потенциала государственных органов в области внедрения стандартов Создание сети СФС инспекций на пограничных пунктах пропуски 	2. Производство и маркетинг <ul style="list-style-type: none"> Улучшение доступности удобрений/посадочного материала для мелких фермеров Улучшение доступности финансовых ресурсов для различных типов производителей Увеличение инвестиций в современные системы орошения Снижение импортных барьеров для ввоза качественных и высокопроизводительных машин и оборудования Развитие современной агро-логистической сети путем создания мультимодальных торгово-логистических центров в непосредственной близости от мест выращивания фруктов 	3. Содействие торговле и экспорту <ul style="list-style-type: none"> Использование всего спектра механизмов ВТО для обеспечения прозрачности Проведение переговоров по новым торговым соглашениям Расширение сети Торговых домов Узбекистана Активизация торговой дипломатии через посольства Узбекистана 	4. Транспортировка <ul style="list-style-type: none"> Решение проблемы высокой стоимости железнодорожных и воздушных перевозок Улучшение дорожной инфраструктуры
			5. Цифровые технологии <ul style="list-style-type: none"> Организация курсов компьютерной грамотности для фермеров и экспортеров Создание благоприятных условий для внедрения цифровых технологий в частном секторе, работающем в отрасли садоводства Создание цифровых инновационных центров в сельском хозяйстве Оснащение соответствующих государственных системами ИКТ для повышения уровня цифровизации услуг 	

Долгосрочные приоритеты	
1. Производство и маркетинг <ul style="list-style-type: none"> Совершенствование земельного законодательства с целью повышения гибкости землепользования и усиления защиты земельных прав 	2. НИОКР <ul style="list-style-type: none"> Увеличение государственных инвестиций и наращивание потенциала научно-исследовательских институтов для выведения местных сортов плодовых культур
3. Нормативно-правовое регулирование <ul style="list-style-type: none"> Продолжение работы по созданию более благоприятной нормативно-правовой среды для привлечения внутренних и иностранных инвестиций в сектор садоводства 	4. Цифровые технологии <ul style="list-style-type: none"> Продолжение инвестиций в инфраструктуру электронной торговли

6. Список Использованной Литературы

- BCG, and AliResearch. 2016. “Chinese Fresh Food Expenditure Trend Report.”
- Beragua. 2014. “Russian Food Retail Market Overview.” Beragua. Доступно по ссылке: <https://www.beragua.com/en/docs/BeraguaRussianmarketviews.pdf>.
- CECRC. 2016. “Chinese Online Retail Market Data Report.” China E-Commerce Research Center. Доступно по ссылке: <http://www.100ec.cn/detail-6397682.html>.
- China Internet Network Information Center. 2019. “The 43rd Statistical Report on Internet Development in China.” Доступно по ссылке: <https://cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201902/P020190318523029756345.pdf>.
- Euromonitor International. 2017. “Analysis of Priority Markets for Diversification of Export of Products from Central Asia.” Доступно по ссылке: https://www.giz.de/en/downloads/GIZ%20-%20Euromonitor-%20Central%20Asia%20Trade%20Facilitation_Fresh%20Fruit%20report%20-%20Eng_s.pdf.
- Faz, X., and L. Naji. 2018. “China’s Super Platforms: The Impact Question.” CGAP. Доступно по ссылке: <https://www.cgap.org/blog/chinas-super-platforms-impact-question>.
- FDF Group. 2015. “Marketing Research on Fresh Fruits and Vegetable Consumption.” Доступно по ссылке: <http://fdfgroup.ru/poleznaya-informatsiya/gotovye-issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-potrebiteley-svezhikh-ovoshchey-i-fruktov/>.
- Federal Service for State Statistics. 2019. Доступно по ссылке: <https://www.gks.ru/>
- Fintrac Inc. 2014. “Agricultural Technology Commercialization Assessment (AgTCA) – Tajikistan.” United States Agency for International Development. Доступно по ссылке: <https://www.agrilinks.org/library/agricultural-technology-commercialization-assessment-agtca-tajikistan>.
- González, A. 2018. “Latin America–China Trade and Investment Amid Global Tensions.” Atlantic Council. Доступно по ссылке: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/latin-america-china-trade-and-investment-amid-global-tensions/>.
- González, A., T.L. Zúniga, and G. Wilson. 2013. “Advancing Horticulture: Assessment of Constraints to Horticultural Sector Growth in Central America.” Horticulture Innovation Lab United States Agency for International Development. Доступно по ссылке: <https://www.agrilinks.org/library/advancing-horticulture-assessment-constraints-horticultural-sector-growth-central-america>.
- Government of the Kyrgyz Republic. 2012. “It’s Unwise to Pay Too Much, But It’s Foolish to Spend Too Little”: Sustainable Road Sector Development Through Asset Management in the Kyrgyz Republic. Bishkek.
- Gul, M., M.C.O. Kart, S.G. Yilmaz, and K. Uzunkaya. 2016. “Opportunities and Constraints for Cherry Exporters in Turkey.” *Custos e Agronegócio Online* 12(2):156–169.
- Güneş, N.T., O. Horzum, and E. Güneş. 2017. “Economic and Technical Evaluation of Fruit Sector in Turkey.” *Balkan Near Eastern Journal of Social Sciences* 3(2):37–49.

- Hongfei, Y. 2017. “National Report on E-commerce Development in China.” *UNIDO Inclusive and Sustainable Industrial Development Working Paper Series 17/2017*. Доступно по ссылке: <https://www.unido.org/sites/default/files/files/2018-01/WP17.pdf>.
- IFC. 2018. “The Uzbekistan Horticulture Sector: CPSD Deep Dive: Background Paper for the Uzbekistan CPSD.”
- International Monetary Fund. 2019. *World Economic Outlook, April 2019: Growth Slowdown, Precarious Recovery*. Washington, D.C.: International Monetary Fund. Доступно по ссылке: <https://www.elibrary.imf.org/view/IMF081/25771-9781484397480/25771-9781484397480/25771-9781484397480.xml>.
- International Trade Centre. 2019. “International Trade Statistics 2001-2019.” *International trade statistics 2001-2019*. Доступно по ссылке: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>.
- iResearch. 2018. “China’s Fresh Food E-commerce Consumption Report.” Доступно по ссылке: http://www.iresearchchina.com/content/details8_41001.html.
- Japan International Cooperation Agency, Hokkaido Intellect Tank, and Overseas Merchandise Inspection Co., Ltd. 2013. “Data Collection Survey on Export Promotion of Agriculture Products and Strengthening of Farm Management of Kyrgyz Republic – Final Report.” Доступно по ссылке: http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/12122461_01.pdf.
- JD Research. 2018. “A Guide to China’s Imports.”
- Jin, S., H. Li, and Y. Li. 2017. “Preferences of Chinese Consumers for the Attributes of Fresh Produce Portfolios in an E-commerce Environment.” *British Food Journal* 119(4):817–829.
- Khidirov, D., D.F. Larson, and I. Schuman. 2015. “Uzbekistan – Strengthening the Horticulture Value Chain.” Uzbekistan Vision 2030 Background Paper Series No. 94281, The World Bank. Доступно по ссылке: <http://documents.worldbank.org/curated/en/396111468301526337/Uzbekistan-Strengthening-the-horticulture-value-chain>.
- Kusek, G., M. Turker, S. Akdemir, and S. Hayran. 2017. “Structural Characteristics of the Agricultural Sector in Terms of Access to Agricultural Credits in Turkey.” *Revue méditerranéenne d’économie, agriculture et environnement* 16(4):66–72.
- Labaste, P. ed. 2005. “The European Horticulture Market.” *World Bank Working Papers* 63. Доступно по ссылке: <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/978-0-8213-6350-8>.
- Larson, D.F., W. Martin, S. Sahin, and M. Tsigas. 2014. “Agricultural Policies and Trade Paths in Turkey.” *Policy Research Working Papers* 7059. Доступно по ссылке: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-7059>.
- Liu, G. 2018. “Playing by the Rules: Understanding Fresh Produce Markets in China.” *Produce Marketing Association*. Доступно по ссылке: <https://www.pma.com/content/articles/2018/09/china-markets>.
- López. “Evaluación de Factibilidad Estratégica, Técnica y Económica para la Creación de una Empresa de Productos y Servicios Tecnológicos para el Sector Frutícola Cerecero. Tesis para optar al grado de magíster en gestión y dirección de empresas, Universidad de Chile.”
- MarketingToChina. 2019. “What You Should Know About the Fresh Food Market in China.” *Marketing To China*. Доступно по ссылке: <https://www.marketingtochina.com/what-you-should-know-about-the-fresh-food-market-in-china/>.
- Microfinance Centre. 2011. “Research on Agricultural Value Chains in Tajikistan.” Доступно по ссылке: <http://mfc.org/pl/wp-content/uploads/2016/04/Value-Chains-research-report-Tajikistan-final.pdf>.

- M-Vector. 2014. "Analysis of Five Selected Value Chains in Kyrgyzstan."
- National Bureau of Statistics of China. 2017. Доступно по ссылке: <http://www.stats.gov.cn/english/>
- Nielsen Company. 2016. Доступно по ссылке: <https://www.nielsen.com/ru/ru/>
- Global Cold Chain Alliance. 2018. Доступно по ссылке: <https://www.gcca.org/>.
- OECD. 2018a. Producer and Consumer Support Estimates Database. Paris: OECD. Доступно по ссылке: <https://www.oecd.org/unitedstates/producerandconsumersupportestimatesdatabase.htm>.
- OECD. 2018b. Digital opportunities for trade in agriculture and food sectors. Paris: OECD.
- OECD, and FAO. 2013. *OECD-FAO Agricultural Outlook 2013-2022* 19th ed., 2013 edition. Paris: OECD. Доступно по ссылке: https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/oecd-fao-agricultural-outlook-2013_agr_outlook-2013-en.
- Özdemir, G. 2005. "Cooperative–Shareholder Relations in Agricultural Cooperatives in Turkey." *Journal of Asian Economics* 16(2):315–325.
- Parodi, P. 2019. "Productividad Frutícola en Chile. Evolución y Factores Relevantes." CIEPLAN. Доступно по ссылке: <http://www.cieplan.org/productividad-frucicola-en-chile-evolucion-y-factores-relevantes/>.
- Produce Marketing Association. 2015. "Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China."
- Produce Marketing Association. 2016. "Exporting Fresh Fruit and Vegetables to China: A Market Overview and Guide for Foreign Suppliers." Доступно по ссылке: <http://www.trungtamwto.vn/download/18914/Exporting%20Fresh%20Fruit%20and%20Vegetables%20to%20China.pdf>.
- Statistical Agency under the President of the Republic of Tajikistan. 2013. Доступно по ссылке: <https://www.stat.tj/en>.
- The State Council. 2017. "State Council Advice on Accelerating the Development of Cold Chain to Ensure Food Safety and Promote the Upgrading of Consumption (in Chinese)."
- Pfeiffer, T., D. Baumer, E. Dolch, A. Kichigin, and E. Kochkunova. 2016. "Quality Falls from Kyrgyz trees! Do Consumers know? Research on Supporting Food Safety Compliance to Facilitate Market Access for Kyrgyz SMEs and Economic Opportunities for Jalal-Abad / Kyrgyzstan." *SLE Publication Series S268*. Доступно по ссылке: <https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/3867/268.pdf?sequence=1>.
- United Nations. 2019. "2019 World Population Prospects." Доступно по ссылке: <https://population.un.org/wpp/>.
- United Nations Comtrade. 2018. "International Trade Statistics Database." Доступно по ссылке: <https://comtrade.un.org/>.
- USDA FAS. 2016. "2016 Exporter Guide to China." *GAIN Report SH0001*. Доступно по ссылке: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Exporter%20Guide_Beijing%20ATO_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_12-30-2016.pdf.
- USDA FAS. 2018. "China Stone Fruit Annual Report 2018." *GAIN Report CH 18037*. Доступно по ссылке: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Stone%20Fruit%20Annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_6-29-2018.pdf.

- USDA FAS. 2017. “Turkey Stone Fruit Annual Report 2017.” *GAIN Report* TR7032. Доступно по ссылке: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Stone%20Fruit%20Annual_Ankara_Turkey_8-15-2017.
- World Bank. 2019. *Belt and Road Economics: Opportunities and Risks of Transport Corridors*. Washington, D.C.: The World Bank. Доступно по ссылке: <http://elibrary.worldbank.org/doi/book/10.1596/978-1-4648-1392-4>
- World Bank. 2018a. “Unlocking the Potential of Lesotho’s Private Sector: A Focus on Apparel, Horticulture, and ICT.” The World Bank. Доступно по ссылке: <http://documents.worldbank.org/curated/en/832751537465818570/128075-WP-REVISED-P164862-PUBLIC.pdf>
- World Bank. 2018b. “China (and Russia) 2030: Implications for Agriculture in Central Asia (English).” The World Bank. Доступно по ссылке: <http://documents.worldbank.org/curated/en/563161535404143460/China-and-Russia-2030-Implications-for-Agriculture-in-Central-Asia>.
- World Bank, and Development Research Center of the State Council, the People’s Republic of China. 2014. *Urban China: Toward Efficient, Inclusive, and Sustainable Urbanization*. The World Bank. Доступно по ссылке: <http://elibrary.worldbank.org/doi/book/10.1596/978-1-4648-0206-5>.
- Yunge Data. 2019. “2018 Chinese Internet Industry Review Report (in Chinese).”
- Zhao, H., S. Liu, C. Tian, G. Yan, and D. Wang. 2018. “An Overview of Current Status of Cold Chain in China.” *International Journal of Refrigeration* 88:483–495.

Приложение 1. Страны Центральной Азии: Данные о Торговле Агропродовольственной Продукцией с Китаем

Кыргызстан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2016–2018 гг.), Млн Долл. США⁴⁰

Код	Наименование	2016			2017			2018		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,16	0,02	0,14	1,26	0,00	1,26	2,36	0,00	2,36
02	Мясо	0,02	8,67	-8,65	0,00	0,12	-0,12	0,00	0,00	0,00
03	Рыба	0,00	0,11	-0,11	0,00	0,07	-0,07	0,00	0,27	-0,27
04	Молочная продукция	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
05	Прочие продукты животного происхождения	0,02	0,01	0,01	0,62	0,12	0,50	0,02	0,01	0,01
06	Живые растения	0,00	0,09	-0,09	0,00	0,04	-0,04	0,00	0,05	-0,05
07	Овощи	0,02	8,12	-8,10	0,00	3,11	-3,11	0,00	0,99	-0,99
08	Фрукты и орехи в том числе	0,56	15,12	-14,56	1,10	8,05	-6,95	1,32	13,65	-12,33
080929	Черешня	0,03	0,00	0,03	0,15	0,00	0,15	0,22	0,00	0,22
080610	Виноград, свежий	0,00	0,82	-0,82	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,02	-0,02
080620	Виноград, сушеный	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,41	-0,41	0,00	3,18	-3,18
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,34	0,00	0,34	0,13	0,35	-0,21	0,00	0,98	-0,98
080940	Сливы и терн, свежие	0,00	0,05	-0,05	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,00	0,00
081320	Сливы, сушеные	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080910	Абрикосы, свежие	0,00	0,07	-0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081310	Абрикосы, сушеные	0,16	0,77	-0,61	0,76	0,04	0,73	0,95	0,00	0,95
09	Кофе, чай, специи	0,00	1,17	-1,17	0,00	0,93	-0,93	0,00	0,97	-0,97
10	Злаки	0,00	0,03	-0,03	0,00	0,07	-0,07	0,00	0,04	-0,04
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Масличные семена и плоды	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Шеллак, камеди, смолы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Прочие продукты растительного происхождения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Жиры и масла	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,14	0,11	0,03	0,05	0,28	-0,23	0,02	0,19	-0,18
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,00	0,80	-0,80	0,04	0,29	-0,26	0,00	1,10	-1,09
18	Какао и продукты из него	0,00	0,04	-0,04	0,04	0,13	-0,09	0,03	0,10	-0,06
19	Мучные изделия	0,16	0,13	0,03	0,22	0,05	0,17	0,30	0,06	0,25
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	0,00	1,11	-1,11	0,01	1,34	-1,33	0,01	1,20	-1,19
21	Разные пищевые продукты	0,01	3,17	-3,16	0,00	3,78	-3,78	0,00	4,31	-4,31
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	0,63	0,11	0,52	0,39	0,46	-0,07	0,18	0,13	0,05
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	0,00	0,14	-0,14	0,08	0,14	-0,06	0,01	0,14	-0,13
24	Табак и заменители	10,07	1,16	8,91	21,92	0,72	21,20	10,30	0,01	10,30
Всего: товарные группы 1–24		11,79	40,11	-28,32	25,73	19,70	6,03	14,56	23,21	-8,65
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,40	0,00	0,40
5202	Отходы хлопкового волокна	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5203	Волокно хлопковое, чесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого		11,79	40,11	-28,32	25,73	19,70	6,03	14,56	23,21	-8,65

⁴⁰ UN COMTRADE.

**Таджикистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2015–2017 гг.),
Млн Долл. США⁴¹**

Код	Наименование	2015			2016			2017		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
02	Мясо	0,00	2,35	-2,35	0,00	1,01	-1,01	0,00	5,36	-5,36
03	Рыба	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Молочная продукция	0,06	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,20	-0,20
05	Прочие продукты животного происхождения	0,05	0,07	-0,02	0,09	0,10	-0,01	0,10	0,09	0,01
06	Живые растения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,01	-0,01
07	Овощи	0,00	0,23	-0,23	0,00	0,22	-0,22	0,00	0,03	-0,03
08	Фрукты и орехи в том числе	0,20	2,16	-1,95	0,15	0,54	-0,39	0,12	0,18	-0,06
080929	Черешня	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080610	Виноград, свежий	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080620	Виноград, сушеный	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080940	Сливы и терн, свежие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081320	Сливы, сушеные	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080910	Абрикосы, свежие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081310	Абрикосы, сушеные	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
09	Кофе, чай, специи	0,00	2,24	-2,24	0,00	3,32	-3,32	0,00	2,64	-2,64
10	Злаки	0,00	0,47	-0,47	0,00	0,28	-0,28	0,00	0,39	-0,39
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	0,05	-0,05	0,00	0,04	-0,04	0,00	0,21	-0,21
12	Масличные семена и плоды	0,03	0,32	-0,29	0,03	0,43	-0,39	0,00	0,76	-0,76
13	Шеллак, камеди, смолы	0,02	0,03	-0,01	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,02	-0,02
14	Прочие продукты растительного происхождения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Жиры и масла	0,00	0,43	-0,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	-0,02
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,00	0,00
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,00	0,03	-0,03	0,00	0,20	-0,20	0,00	0,18	-0,18
18	Какао и продукты из него	0,02	0,00	0,02	0,03	0,02	0,01	0,00	0,03	-0,03
19	Мучные изделия	0,00	0,25	-0,25	0,01	0,08	-0,07	0,00	0,07	-0,07
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	0,00	0,41	-0,41	0,00	0,72	-0,72	0,00	0,63	-0,63
21	Разные пищевые продукты	0,04	1,43	-1,39	0,00	0,95	-0,95	0,00	1,64	-1,64
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,02	-0,02
24	Табак и заменители	0,00	0,00	0,00	0,09	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00
Всего: товарные группы 1–24		0,42	10,52	-10,09	0,39	7,96	-7,55	0,22	12,48	-12,26
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	1,48	0,00	1,48	1,52	0,00	1,52	0,50	0,00	0,50
5202	Отходы хлопкового волокна	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5203	Волокно хлопковое, чесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого		1,90	10,52	-8,61	1,91	7,96	-6,03	0,72	12,48	-11,76

⁴¹ Данные национальной статистики.

Узбекистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Китаем (2016–2018 гг.),
Млн Долл. США⁴²

Код	Наименование	2016			2017			2018		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	-0,01	0,00	0,00	0,00
02	Мясо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03	Рыба	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Молочная продукция	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
05	Прочие продукты животного происхождения	2,33	3,57	-1,24	1,52	3,96	-2,44	1,70	5,56	-3,86
06	Живые растения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,10	-0,10	0,00	7,95	-7,95
07	Овощи	0,00	0,46	-0,46	0,00	0,25	-0,25	24,45	0,52	23,93
08	Фрукты и орехи в том числе	28,15	8,94	19,21	17,37	3,18	14,18	21,75	4,66	17,09
080929	Черешня	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,60	0,00	0,60
080610	Виноград, свежий	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080620	Виноград, сушеный	27,71	0,00	27,71	16,36	0,00	0,00	20,50	0,00	20,50
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,18	0,00	0,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080940	Сливы и терн, свежие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081320	Сливы, сушеные	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080910	Абрикосы, свежие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081310	Абрикосы, сушеные	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,13	0,00	0,13
09	Кофе, чай, специи	0,00	51,53	-51,53	0,00	35,47	-35,47	0,00	36,02	-36,02
10	Злаки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,06	-0,06
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	0,47	-0,47	0,00	0,26	-0,26	0,00	0,59	-0,59
12	Масличные семена и плоды	4,40	1,72	2,68	2,55	2,29	0,26	2,16	2,03	0,13
13	Шеллак, камеди, смолы	18,71	0,70	18,01	20,35	1,18	19,17	18,56	1,13	17,43
14	Прочие продукты растительного происхождения	11,20	0,01	11,19	1,32	0,01	1,31	0,00	0,01	-0,01
15	Жиры и масла	0,00	0,53	-0,53	0,00	0,40	-0,40	0,00	0,20	-0,20
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	-0,03
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,03	0,82	-0,79	0,05	0,95	-0,90	0,04	1,13	-1,08
18	Какао и продукты из него	0,04	0,31	-0,28	0,03	0,25	-0,22	0,08	0,20	-0,12
19	Мучные изделия	0,06	0,03	0,03	0,11	0,06	0,05	0,04	0,00	0,04
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	0,06	0,41	-0,35	0,22	1,32	-1,10	0,05	0,29	-0,24
21	Разные пищевые продукты	0,00	2,97	-2,97	0,00	2,89	-2,89	0,00	0,92	-0,92
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	0,54	0,00	0,54	0,20	0,00	0,20	0,22	0,00	0,22
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	2,01	0,14	1,87	2,20	0,21	1,99	2,01	0,27	1,73
24	Табак и заменители	0,00	2,49	-2,49	0,00	1,77	-1,77	0,00	0,28	-0,28
Всего: товарные группы 1–24		67,53	75,10	-7,57	45,93	54,56	-8,63	71,06	61,85	9,21
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	61,36	0,00	61,36	109,62	0,00	109,62	71,00	0,00	71,00
5202	Отходы хлопкового волокна	1,89	0,00	1,89	1,48	0,00	1,48	0,14	0,00	0,14
5203	Волокно хлопковое, чесаное	11,00	0,00	11,00	159,12	0,00	159,12	258,06	0,00	258,06
Итого		141,78	75,10	66,68	316,15	54,57	261,58	400,26	61,89	338,37

⁴² Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

Приложение 2. Страны Центральной Азии: Данные о Торговле Агропродовольственной Продукцией с Российской Федерацией

Кыргызстан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией
(2016–2018 гг.), Млн Долл. США⁴³

Код	Наименование	2016			2017			2018		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,00	0,10	-0,10	0,00	0,33	-0,33	0,08	0,05	0,03
02	Мясо	0,00	10,87	-10,87	0,00	19,99	-19,99	0,00	18,00	-18,00
03	Рыба	0,00	2,02	-2,02	0,11	2,19	-2,08	0,38	2,66	-2,28
04	Молочная продукция	11,66	5,52	6,14	13,59	8,04	5,55	15,66	8,53	7,13
05	Прочие продукты животного происхождения	0,00	0,02	-0,02	0,00	0,11	-0,11	0,00	0,10	-0,10
06	Живые растения	0,00	0,03	-0,03	4,79	0,03	4,77	0,20	0,04	0,16
07	Овощи	10,83	0,08	10,75	19,96	0,23	19,73	7,29	0,19	7,10
08	Фрукты и орехи в том числе	9,34	0,05	9,29	18,17	2,93	15,24	14,69	3,01	11,68
080929	Черешня	0,00	0,00	0,00	0,17	0,00	0,17	1,45	0,00	1,45
080610	Виноград, свежий	0,23	0,00	0,23	1,08	0,00	1,08	1,03	0,00	1,03
080620	Виноград, сушеный	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,48	0,00	0,00
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,07	0,00	0,07	0,24	0,00	0,24	0,22	0,00	0,22
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,08	0,55	0,00	0,55
080940	Сливы и терн, свежие	0,56	0,00	0,56	0,49	0,00	0,49	0,25	0,00	0,25
081320	Сливы, сушеные	0,01	0,00	0,01	0,57	0,00	0,57	2,36	0,00	2,36
080910	Абрикосы, свежие	0,39	0,00	0,39	1,25	0,00	1,25	1,77	0,00	1,77
081310	Абрикосы, сушеные	0,00	0,00	0,00	1,60	0,00	1,60	1,43	0,00	1,43
09	Кофе, чай, специи	0,00	3,17	-3,17	0,15	6,64	-6,49	0,49	7,05	-6,56
10	Злаки	0,11	1,34	-1,23	0,06	0,78	-0,72	0,09	3,80	-3,70
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	4,49	-4,49	0,00	7,10	-7,10	0,00	7,65	-7,65
12	Масличные семена и плоды	0,06	0,03	0,03	0,27	0,08	0,19	0,31	0,22	0,09
13	Шеллак, камеди, смолы	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,06	-0,06	0,00	0,12	-0,12
14	Прочие продукты растительного происхождения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Жиры и масла	0,00	36,04	-36,04	0,01	39,75	-39,74	0,02	37,30	-37,28
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,00	1,93	-1,93	0,00	4,89	-4,89	0,00	2,78	-2,78
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,03	9,04	-9,01	0,45	21,31	-20,86	0,07	17,45	-17,38
18	Какао и продукты из него	0,00	29,49	-29,49	0,14	35,56	-35,42	0,02	33,12	-33,10
19	Мучные изделия	0,01	27,15	-27,14	0,44	31,76	-31,33	0,14	33,70	-33,56
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	0,26	10,15	-9,89	0,46	13,43	-12,97	0,85	15,28	-14,43
21	Разные пищевые продукты	0,93	7,33	-6,40	13,08	1,73	11,36	1,74	15,01	-13,27
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	0,06	11,31	-11,25	15,07	0,35	14,72	0,11	17,35	-17,24
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	0,00	1,40	-1,40	1,41	0,00	1,41	0,00	2,30	-2,30
24	Табак и заменители	1,11	19,15	-18,04	13,74	0,22	13,52	0,22	13,00	-12,78
Всего: товарные группы 1–24		34,39	180,73	-146,34	101,91	197,50	-95,59	42,37	238,71	-196,34
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	5,71	0,00	5,71	0,00	0,00	0,00	14,48	0,00	14,48
5202	Отходы хлопкового волокна	0,09	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5203	Волокно хлопковое, чесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого		40,19	180,73	-140,54	101,91	197,50	-95,59	56,85	238,71	-181,86

⁴³ UN COMTRADE.

Таджикистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией
(2016–2018 гг.), Млн Долл. США⁴⁴

Код	Наименование	2015			2016			2017		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,00	0,26	-0,26	0,00	0,34	-0,34	0,00	0,53	-0,53
02	Мясо	0,00	2,97	-2,97	0,00	2,31	-2,31	0,00	4,35	-4,35
03	Рыба	0,00	0,66	-0,66	0,00	1,45	-1,45	0,00	3,24	-3,24
04	Молочная продукция	0,00	6,69	-6,69	0,00	8,09	-8,09	0,00	5,86	-5,86
05	Прочие продукты животного происхождения	0,02	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	-0,01
06	Живые растения	0,00	0,34	-0,34	0,00	0,08	-0,08	0,00	0,13	-0,13
07	Овощи	0,07	1,25	-1,17	0,04	2,25	-2,21	0,11	0,88	-0,77
08	Фрукты и орехи в том числе	1,33	0,22	1,11	1,79	0,14	1,64	2,37	0,05	2,32
080929	Черешня	0,09	0,00	0,09	0,19	0,00	0,19	0,17	0,00	0,17
080610	Виноград, свежий	0,08	0,00	0,08	0,66	0,00	0,66	0,30	0,00	0,30
080620	Виноград, сушеный	0,10	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01
080940	Сливы и терн, свежие	0,02	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
081320	Сливы, сушеные	0,12	0,00	0,12	0,07	0,00	0,07	0,11	0,00	0,11
080910	Абрикосы, свежие	0,23	0,00	0,23	0,02	0,00	0,02	0,22	0,00	0,22
081310	Абрикосы, сушеные	0,51	0,00	0,51	0,66	0,00	0,66	0,91	0,00	0,91
09	Кофе, чай, специи	0,00	0,52	-0,52	0,02	0,91	-0,89	0,00	1,46	-1,46
10	Злаки	0,00	0,44	-0,44	0,00	0,08	-0,08	0,00	0,63	-0,63
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	6,28	-6,28	0,00	5,68	-5,68	0,00	5,39	-5,39
12	Масличные семена и плоды	0,00	0,11	-0,11	0,02	0,28	-0,26	0,08	0,52	-0,44
13	Шеллак, камеди, смолы	0,00	0,01	-0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Прочие продукты растительного происхождения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Жиры и масла	0,00	43,19	-43,19	0,00	63,68	-63,68	0,00	47,70	-47,70
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,00	0,79	-0,79	0,00	1,02	-1,02	0,00	1,24	-1,24
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,00	19,36	-19,36	0,00	18,65	-18,65	0,00	6,00	-6,00
18	Какао и продукты из него	0,00	18,73	-18,73	0,00	18,21	-18,21	0,00	16,77	-16,77
19	Мучные изделия	0,00	23,56	-23,56	0,00	23,36	-23,36	0,00	20,98	-20,98
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	0,15	2,97	-2,82	0,11	3,50	-3,39	0,27	5,32	-5,05
21	Разные пищевые продукты	0,00	6,25	-6,25	0,00	8,96	-8,96	0,00	11,13	-11,13
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	0,00	8,02	-8,02	0,03	8,55	-8,52	0,00	11,27	-11,27
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	0,00	3,63	-3,63	0,00	3,30	-3,30	0,00	3,04	-3,04
24	Табак и заменители	0,06	4,82	-4,77	0,00	4,82	-4,82	0,00	4,74	-4,74
Всего: товарные группы 1–24		1,64	151,09	-149,45	2,01	175,67	-173,66	2,83	151,25	-148,43
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	20,50	0,00	20,50	16,31	0,00	16,31	24,82	0,00	24,82
5202	Отходы хлопкового волокна	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5203	Волокно хлопковое, чесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого		22,14	151,09	-128,95	18,32	175,67	-157,35	27,64	151,25	-123,61

Узбекистан: Экспорт, Импорт и Сальдо Торгового Баланса с Российской Федерацией
(2016–2018 гг.), Млн Долл. США⁴⁵

Код	Наименование	2016			2017			2018		
		Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо	Экспорт	Импорт	Сальдо
01	Живые животные	0,80	0,22	0,58	1,57	0,85	0,71	0,77	1,16	-0,39
02	Мясо	0,00	0,08	-0,08	0,00	1,04	-1,04	0,00	0,97	-0,97
03	Рыба	0,00	0,29	-0,29	0,00	0,34	-0,34	0,00	0,90	-0,90
04	Молочная продукция	0,03	1,86	-1,83	0,00	4,15	-4,15	0,00	4,21	-4,21
05	Прочие продукты животного происхождения	0,03	0,25	-0,22	0,08	0,04	0,04	0,58	0,31	0,27
06	Живые растения	0,43	0,11	0,32	0,57	0,05	0,52	0,38	0,04	0,34
07	Овощи	27,41	1,35	26,07	34,95	3,26	31,69	56,71	4,34	52,37
08	Фрукты и орехи в том числе	60,87	0,26	60,61	84,00	0,08	83,92	114,00	0,09	113,91
080929	Черешня	9,55	0,00	9,55	13,62	0,00	13,62	11,50	0,00	11,50
080610	Виноград, свежий	17,27	0,00	17,27	28,31	0,01	28,30	38,17	0,00	38,17
080620	Виноград, сушеный	1,11	0,00	1,11	2,27	0,00	2,27	5,38	0,00	5,38
080231	Грецкие орехи (в скорлупе)	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01
080232	Грецкие орехи (очищенные)	0,01	0,00	0,01	0,66	0,00	0,66	2,02	0,00	2,02
080940	Сливы и терн, свежие	2,63	0,00	2,63	3,59	0,00	3,59	4,65	0,00	4,65
081320	Сливы, сушеные	0,19	0,00	0,19	0,73	0,00	0,73	2,39	0,00	2,39
080910	Абрикосы, свежие	10,48	0,00	10,48	5,02	0,00	5,02	12,00	0,00	12,00
081310	Абрикосы, сушеные	0,34	0,00	0,34	0,71	0,00	0,71	1,21	0,00	1,21
09	Кофе, чай, специи	2,08	0,26	1,83	2,07	0,69	1,38	2,91	1,51	1,40
10	Злаки	0,00	9,49	-9,49	0,00	1,47	-1,47	0,00	8,80	-8,80
11	Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,00	9,72	-9,72	0,01	10,20	-10,20	0,00	13,09	-13,09
12	Масличные семена и плоды	0,66	1,37	-0,71	0,55	1,92	-1,37	2,57	2,00	0,57
13	Шеллак, камеди, смолы	0,00	0,12	-0,12	0,00	0,11	-0,11	0,00	0,47	-0,47
14	Прочие продукты растительного происхождения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Жиры и масла	0,00	160,07	-160,07	0,01	134,70	-134,69	0,06	137,95	-137,89
16	Готовые продукты из мяса и рыбы	0,00	0,18	-0,18	0,00	0,32	-0,32	0,00	0,63	-0,63
17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	0,08	1,67	-1,59	0,20	51,65	-51,45	0,14	54,59	-54,45
18	Какао и продукты из него	0,88	17,36	-16,48	2,02	22,49	-20,47	1,95	25,04	-23,09
19	Мучные изделия	0,25	21,01	-20,75	0,37	24,82	-24,45	0,32	26,57	-26,25
20	Продукты переработки овощей, фруктов и орехов	9,70	3,14	6,56	14,42	3,90	10,52	10,29	7,93	2,36
21	Разные пищевые продукты	0,00	16,00	-16,00	0,13	21,71	-21,58	0,21	35,93	-35,72
22	Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус	8,24	8,64	-0,40	12,57	5,30	7,27	9,57	1,24	8,34
23	Остатки и отходы пищевой промышленности и корма	0,00	29,71	-29,71	0,00	14,93	-14,93	0,00	24,77	-24,77
24	Табак и заменители	2,77	1,26	1,51	2,97	0,75	2,22	0,56	1,23	-0,67
Всего: товарные группы 1–24		114,25	284,41	-170,16	156,49	304,77	-148,29	201,03	353,77	-152,74
5201	Волокно хлопковое, нечесаное	14,87	0,00	14,87	5,15	0,00	5,15	3,45	0,00	3,45
5202	Отходы хлопкового волокна	3,23	0,00	3,23	10,00	0,00	100,00	7,74	0,00	7,74
5203	Волокно хлопковое, чесаное	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого		132,34	284,41	-152,07	171,63	304,77	-133,14	212,22	353,77	-141,56

⁴⁵ UN COMTRADE, «зеркальная» статистика.

Приложение 3. Анализ Конкурентоспособности Экспорта: Методология

Коэффициент Выявленного Сравнительного Преимущества (ВСП)

Согласно определению, коэффициент *выявленного сравнительного преимущества* (ВСП – *англ.* RCA⁴⁶) рассчитывается как соотношение между удельным весом определенного товара в общем объеме экспорта страны и долей этого товара в общем объеме мирового экспорта (*Balassa, 1965*):

$$RCA = \frac{\frac{x_{ij}}{\sum_i x_{ij}}}{\frac{\sum_j x_{ij}}{\sum_{i,j} x_{ij}}},$$

где X_{ij} – чистый экспорт продукта j из страны i .

ВСП является косвенным показателем относительной эффективности экспорта, основанном на сложившейся структуре торговли, которая, в свою очередь, формируется в результате реальных торговых сделок. С его помощью сопоставляются позиции страны в экспорте определенного товара с ее усредненными позициями в экспорте всех продаваемых товаров. Когда ВСП > 1, страна обладает сравнительным преимуществом по данному товару, которое тем больше, чем выше значение ВСП. Если же ВСП < 1, то страна проигрывает своим конкурентам. Отрицательное значение ВСП указывает на то, что страна является чистым импортером продукта, что не может служить признаком конкурентоспособности.

Существует несколько ограничений, связанных с методологией расчета ВСП. В частности, показатель ВСП основан на фактической структуре торговли, на которую может сильно влиять ряд факторов, связанных с нынешней или прошлой государственной политикой, способной искажать ситуацию на рынках. Например, если на

производство товара выделяются значительные субсидии из государственного бюджета, показатели его экспорта и ВСП могут быть высокими, однако дальнейшее увеличение производства привело бы к ухудшению положения общества в целом. Кроме того, коэффициент ВСП «статичен» – он не показывает, находится ли текущий уровень специализации выше или ниже оптимального уровня с точки зрения долгосрочного равновесия. Если при существующей на данный момент структуре торговли имеет место состояние равновесия, то тот факт, что страна имеет высокий коэффициент ВСП по определенному товару, еще не означает, что дальнейшая специализация на этом товаре повысит уровень ее благосостояния. Наоборот, вывод о том, что высокое значение ВСП свидетельствует о целесообразности расширения производства данного товара более высокими темпами по сравнению со средними по миру, может основываться только на допущении, что текущая структура торговли пока не достигла состояния равновесия. В случае стран, все еще находящихся в стадии перехода от прежних сильно искаженных условий торговли, в том числе таких как страны Центральной Азии, данное допущение будет, вероятно, обоснованным. При традиционном расчете ВСП также не в полной мере учитывается ключевая роль доступности транспорта и стоимости перевозок. Если имеется понимание этих недостатков и ограничений, расчет ВСП может быть полезным как инструмент анализа, поскольку данные о торговле обычно легкодоступны, а полученные результаты могут служить хорошим индикатором сравнительного преимущества.

Коэффициент Стоимости Внутренних Ресурсов (СВР)

Коэффициент *стоимости внутренних ресурсов* (СВР – *англ.* DRC⁴⁷) используется для сравнения затрат на отечественное производство с мировыми ценами:

⁴⁶ *англ.* – Revealed Comparative Advantage (RCA).

⁴⁷ *англ.* – Domestic Resource Costs (DRC).

$$DRC_{ij} = \frac{c_{ij}^d}{p_{ij} - c_{ij}^f},$$

где c_{ij}^d и c_{ij}^f – затраты, соответственно, на отечественные и иностранные ресурсы, использованные на производство товара j в стране i . В знаменателе этой дроби стоит разница между ценой единицы продукции (т.е. неискаженной ценой «франко-граница», измеренной в иностранной валюте) и стоимостью импортных ресурсов, необходимых для ее производства, – т.е. чистая сумма иностранной валюты, полученная (если это экспортный товар) или сэкономленная (если это импортозамещающий товар) благодаря производству одной единицы товара j внутри страны.

Значение $CBP < 1$ является показателем того, что страна i обладает «сравнительным преимуществом» в производстве товара j , то есть дешевле произвести единицу товара, чем ее купить. Чем ниже CBP , тем больше это преимущество. В методологии CBP все ценности являются «экономическими», то есть ценностями для общества в целом. Поэтому цены торгуемых ресурсов корректируются на налоги, тарифы, влияние количественных ограничений торговли и субсидий. Цены неторгуемых ресурсов определяются с учетом «теневых цен». В то же время показатель финансовой рентабельности основан на рыночных ценах, и поэтому дал бы здесь «ложный» результат.

Есть несколько эмпирических трудностей, связанных с оценкой CBP . Значение этого показателя

сильно зависит от выбранных для расчета затрат и других допущений, которые при их изменении могут повлиять на результаты. Данные, необходимые для расчета CBP , подчас отсутствуют для многих товаров. Также сложно оценить «теневые цены» на неторгуемые ресурсы, такие как труд, капитал и земля, ввиду отсутствия необходимых данных и других проблем. Имеются сложности и с эмпирической корректировкой цен торгуемых ресурсов. Цены «франко-граница» необходимо скорректировать на транспортные расходы, чтобы сделать их сопоставимыми с ценами «франко-хозяйство». Кроме того, для товаров, которые продаются не в той форме, в которой они производятся в хозяйстве, расчет эквивалента цены «франко-граница» для сравнения с ценой «франко-хозяйство» требует корректировки на издержки переработки. Наконец, меры государственного регулирования могут вызывать сдвиги в производственных решениях, которые влияют на коэффициенты использования ресурсов, применяемые при эмпирическом расчете CBP . Например, если цены на удобрения искусственно субсидируются, то фермеры более интенсивно вносят их при выращивании культур. Таким образом, все эти искажения влияют на расчеты CBP так, что их невозможно полностью устранить простой корректировкой цен. Учитывая недостатки объективных показателей сравнительного преимущества и конкурентоспособности экспортной продукции, при оценке последней решающая роль отводилась мнениям экспертов, полученным в ходе интервью с реальными участниками рынка.

Приложение 4. Требования КНР при Импорте Свежих Фруктов

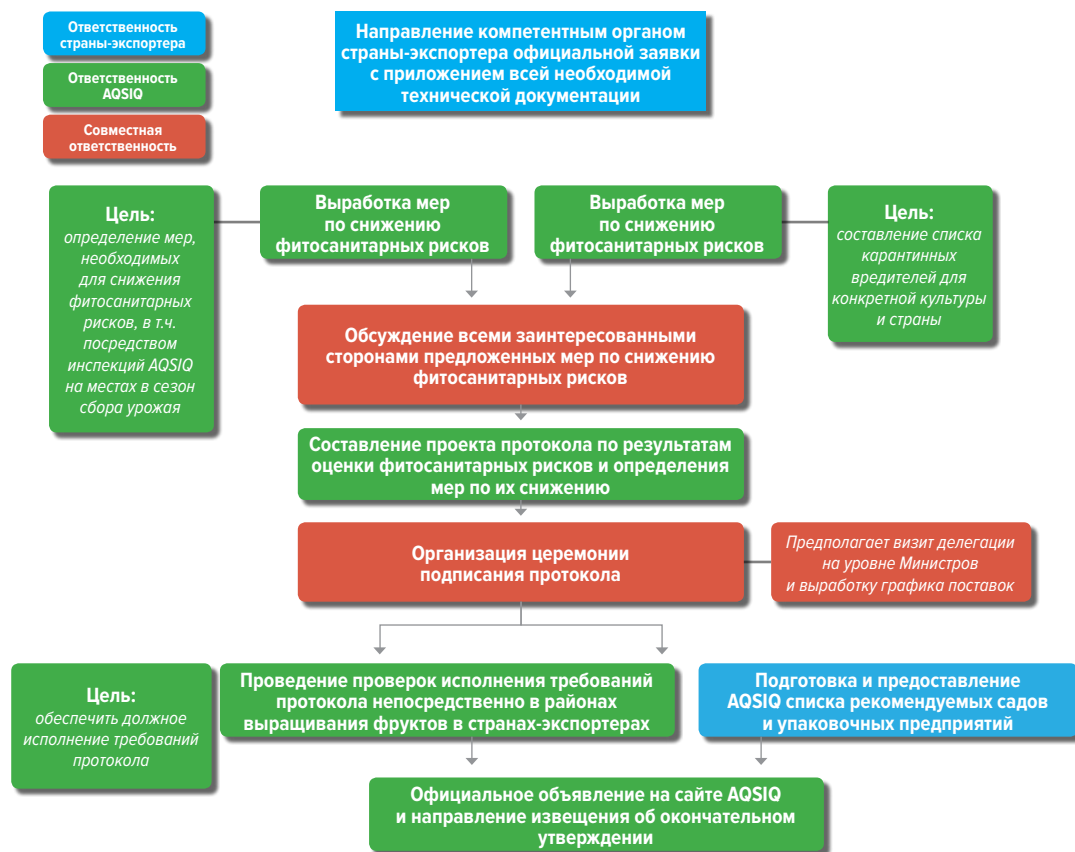
Требования при первом выходе на рынок

Прежде чем любой вид сельскохозяйственной продукции будет впервые допущен на китайский рынок, необходимо пройти ряд процедур⁴⁸. Государственное управление по регулированию рынка (SAMR) ведет специальную базу, в которой фиксируется, какие фрукты и из каких стран разрешены к ввозу в Китай. Для этого требуется прохождение следующих процедур (Рисунок А4.1):

- а) Компетентный орган карантинного контроля страны-экспортера должен при наличии заинтересованности в экспортных поставках подать официальное заявление в письменной форме в Главное государственное управление КНР по контролю качества, инспекции и карантину (AQSIQ) (входящее в состав SAMR), с запросом на разрешение экспорта того или иного вида сельскохозяйственной продукции в Китай с указанием названия, сорта, назначения и информации об импортерах и экспортерах.

Рисунок А4.1. Необходимые Процедуры для Выхода на Китайский Рынок Свежих Фруктов

Соответствующий цвет означает:



Источник: Produce Marketing Association, 2016.

⁴⁸ Нормативно-правовые документы:

1. «Административные меры по обеспечению безопасности импорта и экспорта пищевых продуктов» (2011 г.). Доступно по ссылке: http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjl/2011/201210/t20121015_235120.htm

2. «Процедуры карантинного допуска сельскохозяйственной продукции, впервые импортируемой в Китай». Доступно по ссылке: http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/ywxx/dzwjy/201406/t20140626_416136.htm

- b) Согласно поданной заявке, AQSIQ направит в страну-экспортер анкету для анализа рисков при импорте (АПИ), которую необходимо будет заполнить.
- c) После получения заполненной анкеты, AQSIQ поручит соответствующему специалисту провести АПИ.
 - i. Если потребуются, при проведении оценки AQSIQ может запросить у страны-экспортера дополнительную информацию.
 - ii. На основе оценки вышеуказанной информации AQSIQ решит, нужно ли отправлять группу специалистов в страну-экспортер для проведения инспекций на месте.
- d) После завершения АПИ AQSIQ рассмотрит вопрос о том, следует ли предоставлять проект карантинного протокола или фитосанитарных требований для продукта, который будет импортироваться из страны в Китай, что подлежит обсуждению обеими сторонами.
- d) После достижения соглашения относительно карантинного протокола или фитосанитарных требований, торговля данной продукцией начнется в соответствии с требованиями, указанными в протоколе.

Экспортеры, агенты и импортеры должны быть зарегистрированы в AQSIQ. Согласно ст. 9 «Административных мер по обеспечению безопасности импорта и экспорта пищевых продуктов» (2011 г.), AQSIQ устанавливает систему регистрации для зарубежных предприятий пищевой отрасли, экспортирующих свою продукцию в Китай, к числу которых отнесены фруктовые сады, склады холодильного хранения и упаковочные компании. Регистрация осуществляется в соответствии с действующими правилами AQSIQ. Кроме того, согласно ст. 19 «Административных мер по обеспечению безопасности импорта и экспорта пищевых продуктов» (2011 г.), инспекционные и карантинные органы ведут также реестр импортеров продуктов питания.

На основании двусторонних соглашений со странами при регистрации могут устанавливаться дополнительные требования. Например, согласно фитосанитарным карантинным требованиям к черешне из Узбекистана и Таджикистана, черешневые сады, упаковочные предприятия

и холодильные склады, связанные с экспортом в Китай, должны быть зарегистрированы в Министерстве сельского хозяйства и водных ресурсов Узбекистана/Министерстве сельского хозяйства Таджикистана и совместно одобрены как Китаем, так и Узбекистаном/Таджикистаном. Регистрационная форма должна включать имя, адрес, происхождение и идентификационный код. Перед началом сезона в первый год экспортных поставок указанные министерства и AQSIQ совместно проверили зарегистрированные сады, упаковочные предприятия и холодильные склады. В дальнейшем каждый год перед началом экспортного сезона Министерство сельского хозяйства Узбекистана/Таджикистана должно предоставлять AQSIQ информацию о них, а AQSIQ публикует регистрационный список на своем официальном сайте.

Требования к предотгрузочному карантинному контролю и таможенному оформлению

После получения предварительного разрешения на импорт подкарантинной сельскохозяйственной продукции, импортеры должны пройти процедуру инспекционных проверок и карантинного контроля в пункте ввоза. Они несут ответственность за таможенное оформление всех переработанных фруктов и овощей, импортируемых в Китай, при этом, как правило, перепоручают все необходимые процедуры таможенным брокерам. Все дополнительные расходы, такие как пошлины при подаче документов, плата за проведение инспекционных проверок и карантинного контроля, оплата услуг и агентских вознаграждений, возлагаются на импортеров.

Для таможенного оформления необходимо предоставить следующие документы:

- ✓ свидетельство о карантине растений (фитосанитарный сертификат), выданное страной-экспортером;
- ✓ акт карантинного контроля или специальное разрешение;
- ✓ внешнеторговый контракт;
- ✓ сертификат происхождения товара;
- ✓ счет-фактура;
- ✓ упаковочный лист.

Требования к качеству продукции

В отношении максимально допустимого уровня (МДУ) остаточного содержания пестицидов и других вредных веществ в пищевых продуктах применяются следующие стандарты (Таблица А4.1):

Таблица А4.1. Государственные Стандарты КНР в Отношении МДУ Остаточного Содержания Пестицидов и Других Вредных Веществ в Пищевых Продуктах

Дата вступления в силу	Стандарт	Наименование
18.06.2017	GB 2763-2016	Стандарт МДУ в отношении пестицидов
20.10.2011	GB 2761-2011	Стандарт МДУ в отношении микотоксинов в пищевых продуктах
06.01.2014	GB 2762-2012	Стандарт МДУ в отношении вредных веществ в пищевых продуктах
06.01.2014	GB 29921-2013	Стандарт МДУ в отношении патогенов в пищевых продуктах

Требования к упаковке и маркировке

Требования к маркировке. Импортёры должны сертифицировать все этикетки заранее, до первой поставки. Поставщики могут самостоятельно зарегистрировать этикетки или обратиться к таможенным брокерам, предоставив им все необходимые документы, переведенные на китайский язык. Поставщики должны предоставить оригинальные этикетки и их перевод на китайский язык. После того, как поставленные продукты зарегистрированы на таможенном складе, к каждой единице продукции должны быть прикреплены этикетки на китайском языке, за что взимается отдельная плата.

Все товары в Китае должны содержать маркировку на китайском языке следующего содержания:

- ✓ наименование, спецификация, вес нетто и дата изготовления;
- ✓ состав продукта с указанием всех ингредиентов и их количественного содержания;

- ✓ название производителя, адрес и контактная информация;
- ✓ срок годности;
- ✓ код стандарта(ов) на товар;
- ✓ требования к хранению;
- ✓ общее название пищевых добавок в соответствии с национальными стандартами;
- ✓ номер производственной лицензии.

Импортер должен зарегистрировать этикетку товара и получить соответствующий сертификат – Сертификат соответствия на этикетки для импортных пищевых продуктов. Это нужно сделать заранее либо самостоятельно, либо через таможенного брокера, который может помочь с переводом документов. Чтобы получить сертификат, импортер должен предоставить необходимые документы в соответствии со стандартами на маркировку, перечисленными в Таблице А4.2.

Таблица А4.2. Государственные Стандарты КНР на Маркировку Пищевых Продуктов

Дата вступления в силу	Стандарт	Наименование
20.04.2012	GB 7718-2011	Стандарт на маркировку упакованных пищевых продуктов
01.01.2013	GB 28050-2012	Стандарт на маркировку пищевой ценности упакованных пищевых продуктов
06.01.2015	GB 29924-2013	Общие стандарты на маркировку пищевых добавок

Как показали интервью с представителями сельскохозяйственных организаций в Бишкеке, самая большая проблема, связанная с сертификацией, заключается в том, что в Кыргызстане нет аттестованного центра, выдающего сертификаты соответствия. Местные организации вынуждены отправлять образцы продукции в Казахстан или Европейский Союз и дорого платить за получение соответствующих сертификатов.

Требования к упаковке. В соответствии с Законом КНР «О безопасности пищевой продукции» продукты должны быть упакованы в следующие нетоксичные, чистые и небольшие упаковочные материалы и контейнеры:

изделия из бумаги, бамбука, дерева, металла, фарфора, пластика, резины, натуральных волокон, химических волокон и стекла. Контейнеры для хранения, транспортировки и погрузки/

разгрузки пищевых продуктов должны быть безопасными, безвредными, сохраняющими продукты в чистом виде и предотвращающими их загрязнение (Таблица А4.3).

Таблица А4.3. Государственные Стандарты КНР на Упаковку Пищевых Продуктов

Дата вступления в силу	Стандарт	Наименование
25.10.2012	GB 14930,2-2012	Стандарт дезинфекции
21.09.2015	GB 31603-2015	Стандарт «Общие требования к гигиеническим материалам и изделиям, контактирующим с пищевыми продуктами»
22.09.2016	GB 31604,1-2015	Общие правила тестирования материалов и их компонентов, контактирующих с пищевыми продуктами
19.10.2017	GB 4806,1-2016	Общие требования к безопасности материалов и изделий, контактирующих с пищевыми продуктами
19.10.2017	GB 9685-2016	Стандарты использования добавок в пищевых контейнерах и упаковочных материалах
19.04.2017	GB 4806,7-2016	Пластмассовые материалы и изделия, контактирующие с пищевыми продуктами
19.04.2017	GB 4806,8-2016	Бумажные и картонные материалы и изделия, контактирующие с пищевыми продуктами
19.04.2017	GB 4806,10-2016	Защитные материалы и покрытия, контактирующие с пищевыми продуктами

Приложение 5. Требования Российской Федерации при Импорте Свежих Фруктов

Требования при первом выходе на рынок: по отношению к свежим фруктам требования не установлены.

Требования к предотгрузочному карантинному контролю и таможенному оформлению: на импортеров возлагается ответственность за таможенное оформление всех переработанных фруктов и овощей, ввозимых в Российскую Федерацию. Для таможенного оформления необходимо предоставить следующие документы:

- ✓ **Декларация соответствия**⁴⁹. Данный документ предоставляется российским импортером и заверяется Министерством экономического развития. Пакет документов для прохождения сертификации должен включать протокол лабораторных испытаний продукта, любые дополнительные документы, необходимые для данного вида продукции, а также сертификаты аттестованных сертификационных центров, подтверждающие соответствие продукта существующим требованиям. Такая же документация должна быть получена для упаковки продукта, которая должна соответствовать стандартам упаковки, установленным Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности упаковки».
- ✓ **Фитосанитарный сертификат**⁵⁰. Все рассматриваемые в отчете фрукты подпадают под категорию «высокого фитосанитарного риска», поэтому для их ввоза в Российскую Федерацию требуется фитосанитарный сертификат. Такой сертификат экспортер должен получить в соответствующем органе страны-экспортера.
- ✓ **Сертификат происхождения**⁵¹. Такой сертификат должен быть представлен органам государственной таможенной службы Российской Федерации для начисления

необходимых импортных пошлин или подтверждения права на применение преференциальных импортных пошлин. Он выдается соответствующим органом страны-экспортера, обычно Торговой палатой.

Таможенные органы проверяют соответствующие документы и дают разрешение на ввоз партии товара на территорию Российской Федерации. В число необходимых документов входят: (1) торговый контракт/соглашение с приложениями и спецификациями продукта; (2) счет-фактура; (3) упаковочный лист; (4) CMR (международная транспортная накладная)/авиа- или железнодорожная накладная/ коносамент; (5) реквизиты контракта (уникальный номер, присваиваемый контракту банком, как правило, в случае, если его сумма превышает 6 млн рублей); (6) импортная таможенная декларация. Помимо этого, вся продукция садоводства, ввозимая в Российскую Федерацию, должна пройти карантинный фитосанитарный контроль в региональных инспекциях «Россельхознадзора».

Требования к качеству продукции: Продукция, ввозимая в Российскую Федерацию, должна соответствовать индивидуальным требованиям к конкретному виду продукции, указанным в утвержденных «Росстандартом» ГОСТах. В отношении фруктов, рассматриваемых в данном исследовании, действуют следующие ГОСТы:

Черешня	ГОСТ 33801-2016
Сливы, реализуемые в розничной торговле	ГОСТ 32286-2013
Слив для промышленной переработки	ГОСТ 21920-2015
Столовый виноград	ГОСТ 32786-2014
Свежие абрикосы	ГОСТ 32787-2014
Фрукты сушеные (курага)	ГОСТ 32896-2014

⁴⁹ Федеральный закон РФ №184-ФЗ, 2002 г.; Постановление Правительства РФ №982, 2009 г.; Решение Комиссии Таможенного союза №319, 2010 г.; Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011, 2011 г.

⁵⁰ Решение Комиссии Таможенного союза №318 «Положение о порядке осуществления карантинного фитосанитарного контроля (надзора) на таможенной границе ЕАЭС».

⁵¹ Постановление Правительства РФ №809 «О Федеральной таможенной службе», 2013 г.

После образования ЕАЭС его члены обеспечивают согласованность стандартов на продукцию и разрабатывают новые Технические регламенты (ТР). По состоянию на август 2019 года существовал только один Технический регламент, касающийся фруктов, – ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей».

Помимо этого, от экспортеров требуется предоставить «Россельхознадзору» документацию с указанием типа пестицида, использованного при выращивании или хранении, даты последней обработки и уровня остаточного содержания действующего вещества пестицида в продукции. «Роспотребнадзор» устанавливает предельно допустимые уровни содержания пестицидов, ветеринарных препаратов и других загрязняющих веществ в пищевых продуктах. Министерство сельского хозяйства ведет базу данных зарегистрированных пестицидов и агрохимикатов. Любые пищевые продукты, содержащие остатки того или иного агрохимиката, не включенного

в список зарегистрированных, для ввоза в страну не допускаются.

Требования к упаковке и маркировке

Упаковка пищевых продуктов должна соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям⁵². Она может быть металлическая, полимерная, картонная, деревянная, стеклянная и композитная. Упаковочные материалы и транспортировочная тара должны пройти санитарно-эпидемиологические проверки и иметь сертификат соответствия.

Этикетка на упакованных пищевых продуктах должна содержать следующую информацию на русском языке⁵³: название продукта, информация о производителе, вес или объем, состав, информация о наличии генно-модифицированных компонентов, пищевая ценность, рекомендуемые условия хранения, срок годности, дата изготовления/упаковки, рекомендации о способах употребления/приготовления и знак «Евразийское соответствие» (ЕАС)⁵⁴.

⁵² Технический регламент ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки» (с изменениями от 15 ноября 2016 г.).

⁵³ Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011).

⁵⁴ Решение Комиссии Таможенного союза №711 от 15 июля 2011 г.

Приложение 6. Результаты Анализа ВСП

Кыргызстан

	2017	2016	2015	2014	2013	Среднее значение за 2013–2017 гг.
Абрикосы (свежие)	-31,8	-10,3	38,1	182,9	215,0	78,7
Грецкие орехи (в скорлупе)	11,1	7,6	27,4	51,4	47,2	29,0
Сливы (свежие)	-15,7	-0,2	4,2	39,8	38,9	13,4
Черешня	-11,8	0	2,4	47,1	0	7,5
Сливы (сушеные)	11,8	0,3	2,5	0,1	1,3	3,2
Молоко	-3,9	1,8	3,1	3,3	2,8	1,4
Клубника	-0,5	0,8	1,1	1,8	3,2	1,3
Арбузы	-1,5	0,4	0	2,5	3,2	0,9
Семена подсолнечника	-2,3	1,2	0,7	-0,1	1,6	0,2
Семена рапса	0	0	0	0	0	0
Соевые бобы	0	0	0	0	0	0
Соевое масло	0	0	-0,2	0	-0,6	-0,1
Абрикосы (сушеные)	47,8	-22,6	-34,2	3,3	2,8	-0,5
Соевый шрот	-0,4	-0,3	-1,8	-0,6	-0,9	-0,8
Баранина	0,7	0,5	0	-7,4	0	-1,2
Говядина	0	0	0	-10,5	-0,1	-2,1
Виноград	-7,6	-4,0	-2,7	-1,3	-0,7	-3,3
Свинина	-0,6	-0,4	-1,8	-25,1	-1,9	-5,9
Персики	-12,5	-26,8	-6,0	-5,3	9,0	-8,3
Пшеница	-7,0	-9,5	-17,7	-30,8	0	-13,0
Сахар	-6,9	-16,1	-19,4	-25,5	-22,3	-18,0
Подсолнечное масло	-20,9	-42,1	-54,9	-69,3	-63,9	-50,2

Узбекистан

	2017	2016	2015	Среднее значение за 2015–2017 гг.
Черешня	248,0	203,0	64,8	171,9
Абрикосы (свежие)	106,2	154,0	67,1	109,1
Абрикосы (сушеные)	46,0	54,6	70,6	57,1
Грецкие орехи (в скорлупе)	40,0	33,0	39,4	37,5
Сливы (свежие)	36,5	35,7	13,4	28,5
Виноград	25,6	18,8	21,8	22,1
Персики	21,7	27,6	14,7	21,3
Сливы (сушеные)	9,3	6,1	6,5	7,3
Арбузы	0,1	0	0	0
Баранина	0	0	0	0
Семена рапса	0	0	0	0
Соевые бобы	-0,1	0	-0,1	-0,1
Свинина	0	0	-0,5	-0,2
Молоко	0	0	-0,6	-0,2
Говядина	0	-0,5	-1,2	-0,5
Сахар	-5,8	-0,9	-0,2	-2,3
Соевое масло	-3,1	-3,4	-4,9	-3,8
Соевый шрот	-1,4	-3,4	-24,3	-9,7
Пшеница	-9,3	-11,9	-13,4	-11,5
Семена подсолнечника	-26,4	-19,1	-21,7	-22,4
Подсолнечное масло	-18,0	-23,9	-30,2	-24,0

Таджикистан

	2017	2016	2015	Среднее значение за 2015–2017 гг.
Абрикосы (сушеные)	159,1	337,5	365,0	287,2
Абрикосы (свежие)	60,5	43,7	2,4	35,5
Сливы (свежие)	22,5	11,8	24,3	19,5
Виноград	7,9	4,1	5,2	5,7
Персики	0,3	0,2	0,1	0,2
Свинина	0	0	0	0
Соевые бобы	0	0	-0,3	-0,1
Баранина	0	0	-1,0	-0,3
Семена рапса	-0,3	-0,7	-1,3	-0,8
Говядина	-1,4	-1,4	-5,0	-2,6
Молоко	-1,0	-4,1	-3,1	-2,8
Соевое масло	-0,5	-5,6	-8,9	-5,0
Соевый шрот	-2,5	-4,0	-10,0	-5,5
Семена подсолнечника	-13,1	-7,4	-6,0	-8,9
Сахар	-16,3	-24,7	-4,7	-15,3
Подсолнечное масло	-65,6	-51,2	-49,8	-55,6
Пшеница	-60,2	-86,0	-82,9	-76,4

Приложение 7. Результаты Анализа СВР

КЫРГЫЗСТАН

Продукт: Абрикосы					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Баткенская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Урожайность: 3,1 т/га					
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины и акцизы	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Земля	сом/га	10 000,0			10 000,0
Труд	сом/га	43 750,0			43 750,0
Орошение	сом/га	1 250,0			1 250,0
Органические удобрения	сом/га	12 500,0			12 500,0
Налоги	сом/га	2 750,0			
Услуги	сом/га	12 500,0			12 500,0
Прочие	сом/га	0,0			0,0
Торгуемые ресурсы					
Минеральные удобрения	сом/га	10 000,0	1 071,4	580,4	8 348,2
Саженцы	сом/га	37 500,0	4 017,9	1 674,1	31 808,0
Средства защиты растений	сом/га	3 700,0	396,4	165,2	3 138,4
Упаковка	сом/га	2 500,0	267,9	200,9	2 031,3
ГСМ	сом/га	500,0	53,6	26,3	420,1
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/га	82 750,0			80 000,0
Всего: торгуемые ресурсы	сом/га	54 200,0			45 746,0
Всего затраты	сом/га	136 950,0			125 746,0
Выручка	сом/га	150 000,0			150 000,0
СВР					0,77

Продукт: Черешня					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Джалал-Абадская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Урожайность: 3,63 т/га					
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины и акцизы	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Инвестиционные затраты	сом/га	30 000	1 607	–	28 393
Подготовка почвы	сом/га	15 000	1 607	–	13 393
Посадка саженцев	сом/га	10 000	–	–	10 000
Ограждение проволокой	сом/га	5 000	–	–	5 000
Операционные затраты	сом/га	87 250	777	–	86 473
Земля	сом/га	10 000	–	–	10 000
Труд	сом/га	45 000	–	–	45 000
Орошение	сом/га	1 000	107	–	893
Органические удобрения	сом/га	25 000	–	–	25 000
Услуги	сом/га	6 250	670	–	5 580
Торгуемые ресурсы					
Инвестиционные затраты	сом/га	32 500	3 482	1 116	27 902
Саженцы	сом/га	25 000	2 679	1 116	21 205
Проволока	сом/га	7 500	804	–	6 696
Операционные затраты	сом/га	29 500	3 161	1 511	24 828
Минеральные удобрения	сом/га	10 000	1 071	580	8 348
Средства защиты растений	сом/га	12 000	1 286	536	10 179
Упаковка	сом/га	–	–	–	–
ГСМ	сом/га	7 500	804	395	6 302
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/га	90 250	938	–	89 313
Всего: торгуемые ресурсы	сом/га	32 750	3 509	1 623	27 619
Всего затраты	сом/га	123 000	4 446	1 623	116 931
Выручка	сом/га	555 713	59 541	–	496 172
СВР					0,19

Продукт: Молоко					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Чуйская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Продуктивность: 6 000 литров молока на корову в год					
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины и акцизы	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Земля	сом/корова	14 571	–	–	14 570,80
Наемный труд	сом/корова	10 501	–	–	10 501,47
Труд членов семьи	сом/корова	7 876	–	–	7 876,11
Ветеринарные услуги	сом/корова	2 188	234	–	1 953,40
Электричество	сом/корова	1 531	164	–	1 367,38
Транспортировка	сом/корова	1 094	117	–	976,70
Вода	сом/корова	0	–	–	–
Общая сумма амортизации	сом/корова	6 563	–	–	6 563,42
Амортизационные отчисления	сом/корова	656	–	–	656,34
Торгуемые ресурсы					
Покупные корма	сом/корова	3 282	352	146,50	2 783,59
Собственные корма	сом/корова	26 254	2 813	1 172,04	22 268,75
Лекарства/вакцины	сом/корова	4 376	469	117,20	3 789,59
ГСМ	сом/корова	2 243	240	118,05	1 884,18
Упаковка	сом/корова	547	59	43,95	444,40
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/корова	44 981	516	–	44 466
Всего: торгуемые ресурсы	сом/корова	36 700	3 932	1 598	31 171
Всего затраты	сом/корова	81 682	4 448	1 598	75 636
Выручка	сом/корова	133 500	–	–	133 500
СВР					0,43

Продукт: Сливы					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Джалал-Абадская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Урожайность: 6,0 т/га					
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины и акцизы	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Земля	сом/га	10 000,0			10 000,0
Труд	сом/га	70 000,0			70 000,0
Орошение	сом/га	750,0			750,0
Органические удобрения	сом/га	12 500,0			12 500,0
Налоги	сом/га	1 250,0			
Услуги	сом/га	5 000,0			5 000,0
Прочие	сом/га	1 666,7			1 666,7
Торгуемые ресурсы					
Проволока	сом/га	461,5	49,5	20,6	391,5
Саженцы	сом/га	576,9	61,8	25,8	489,4
Средства защиты растений	сом/га	12 500,0	1 339,3	558,0	10 602,7
ГСМ	сом/га	500,0	53,6	26,3	420,1
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/га	101 166,7			99 916,7
Всего: торгуемые ресурсы	сом/га	14 038,5			11 903,6
Всего затраты	сом/га	115 205,1			111 820,3
Выручка	сом/га	150 000,0			150 000,0
СВР					0,72

КЫРГЫЗСТАН

Продукт: Чернослив					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Джалал-Абадская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Амортизация	сом/т	10 610,9			
Электричество	сом/т	1 049,3			1 049,3
Труд	сом/т	11 239,5			11 239,5
Налоги	сом/т	542,1			
Услуги	сом/т	903,6			903,6
Прочие	сом/т	666,7			666,7
Торгуемые ресурсы					
Свежие сливы	сом/т	41 987,6	0,0	2 099,4	39 888,2
Мешки	сом/т	259,2	27,8	23,1	208,2
Упаковка – коробки	сом/т	443,0	47,5	35,6	360,0
Уголь	сом/т	2 764,7	296,2	123,4	2 345,1
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/т	25 012,0			13 859,1
Всего: торгуемые ресурсы	сом/т	45 454,5			42 801,5
Всего затраты	сом/т	70 466,6			56 660,6
Выручка	сом/т	90 000,0			90 000,0
СВР					0,29

Продукт: Грецкие орехи					
Год: 2017			Обменный курс: 1 доллар США = 69,2 киргизских сома		
Расположение хозяйства: Джалал-Абадская область			Курс на дату: 1 января 2017 г.		
Урожайность: 0,3 т/га					
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	НДС на мат.-тех. ресурсы	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы					
Земля	сом/га	1 200,0			1 200,0
Труд	сом/га	8 400,0			8 400,0
Торгуемые ресурсы					
Упаковка	сом/га	240,0	25,7	21,4	192,9
ГСМ	сом/га	4 335,0	464,5	193,5	3 677,0
Всего: неторгуемые ресурсы	сом/га	9 600,0			9 600,0
Всего: торгуемые ресурсы	сом/га	4 575,0			3 869,9
Всего затраты	сом/га	14 175,0			13 469,9
Выручка	сом/га	21 000,0			21 000,0
СВР					0,56

УЗБЕКИСТАН

Продукт: Абрикосы							
Расположение хозяйства: Наманганская область, Туракурганский район				Обменный курс: 1 доллар США = 8 099,4 узбекских сума			
Год: 2018				Курс на дату: 1 января 2018 г.			
Урожайность: 15 т/га							
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	Акцизы	НДС на мат.-тех. ресурсы	Надбавка дистрибьютора	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы							
Земля	сум/га	900 000					900 000
Труд	сум/га	5 430 000					5 430 000
Услуги	сум/га	600 000					600 000
Налоги	сум/га	500 000					500 000
Орошение	сум/га	150 000					150 000
Органические удобрения	сум/га	750 000					750 000
Прочие	сум/га	2 360 938					2 360 938
Торгуемые ресурсы							
Минеральные удобрения	сум/га	2 020 000	0,0	336 666,7	420 833,3	0,0	1 262 500
Саженцы	сум/га	3 200 000	0,0	533 333,3	0,0	0,0	2 666 667
Средства защиты растений	сум/га	1 525 000	0,0	254 166,7	317 708,3	0,0	953 125
Упаковка	сум/га	100 000	0,0	16 666,7	0,0	0,0	833 333
Всего: неторгуемые ресурсы	сум/га	10 690 938					10 690 938
Всего: торгуемые ресурсы	сум/га	6 845 000					4 965 625
Всего затраты	сум/га	17 535 938					15 656 563
Выручка	сум/га	67 500 000					67 500 000
СВР		0,18					0,17

Продукт: Виноград (столовый сорт)							
Расположение хозяйства: Ферганская область, Алтыарыкский район				Обменный курс: 1 доллар США = 8 099,4 узбекских сума			
Год: 2018				Курс на дату: 1 января 2018 г.			
Урожайность: 20 т/га							
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	Акцизы	НДС на мат.-тех. ресурсы	Надбавка дистрибьютора	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы							
Земля	сум/га	700 000					700 000
Труд	сум/га	6 410 000					6 410 000
Орошение	сум/га	100 000					100 000
Органические удобрения	сум/га	2 250 000					2 250 000
Налоги	сум/га	600 000					600 000
Услуги	сум/га	0					0
Прочие	сум/га	5 589 922					5 589 922
Торгуемые ресурсы							
Минеральные удобрения	сум/га	6 320 000	0,0	1 053 333,3	1 316 666,7	0,0	3 950 000
Саженцы	сум/га	2 812 500	0,0	468 750	0,0	0,0	2 343 750
Средства защиты растений	сум/га	1 900 000	0,0	316 666,7	395 833,3	0,0	1 187 500
Упаковка	сум/га	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Всего: неторгуемые ресурсы	сум/га	15 649 922					15 649 922
Всего: торгуемые ресурсы	сум/га	11 032 500					7 481 250
Всего затраты	сум/га	26 682 422					23 131 172
Выручка	сум/га	80 000 000					80 000 000
СВР		0,23					0,22

Продукт: Персики							
Расположение хозяйства: Самаркандская область, Самаркандский район				Обменный курс: 1 доллар США = 8 099,4 узбекских сума			
Год: 2018				Курс на дату: 1 января 2018 г.			
Урожайность: 10 т/га							
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	Акцизы	НДС на мат.-тех. ресурсы	Надбавка дистрибьютора	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы							
Земля	сум/га	1 300 000					1 300 000
Труд	сум/га	3 420 000					3 420 000
Орошение	сум/га	105 000					105 000
Органические удобрения	сум/га	950 000					950 000
Налоги	сум/га	350 000					350 000
Услуги	сум/га	250 000					250 000
Прочие	сум/га	2 313 125					2 313 125
Торгуемые ресурсы							
Минеральные удобрения	сум/га	4 105 000	0,0	684 166,7	855 208,3	0,0	2 565 625
Саженцы	сум/га	3 500 000	0,0	583 333,3	0,0	0,0	2 916 667
Средства защиты растений	сум/га	3 300 000	0,0	550 000,0	687 500,0	0,0	2 062 500
Упаковка	сум/га	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Всего: неторгуемые ресурсы	сум/га	8 688 125					8 688 125
Всего: торгуемые ресурсы	сум/га	10 905 000					7 544 792
Всего затраты	сум/га	19 593 125					16 232 917
Выручка	сум/га	30 000 000					30 000 000
СВР		0,46					0,39

Продукт: Сливы							
Расположение хозяйства: Ташкентская область, Янгиюльский район				Обменный курс: 1 доллар США = 8 099,4 узбекских сума			
Год: 2018				Курс на дату: 1 января 2018 г.			
Урожайность: 20 т/га							
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	Акцизы	НДС на мат.-тех. ресурсы	Надбавка дистрибьютора	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы							
Земля	сум/га	1 050 000					1 050 000
Труд	сум/га	7 560 000					7 560 000
Орошение	сум/га	30 000					30 000
Органические удобрения	сум/га	640 000					640 000
Налоги	сум/га	550 000					550 000
Услуги	сум/га	0					0
Прочие	сум/га	2 827 188					2 827 188
Торгуемые ресурсы							
Минеральные удобрения	сум/га	3 400 000	0,0	566 666,7	708 333,3	0,0	2 125 000
Саженьцы	сум/га	6 600 000	0,0	1 100 000,0	0,0	0,0	5 500 000
Средства защиты растений	сум/га	2 750 000	0,0	458 333,3	572 916,7	0,0	1 718 750
Упаковка	сум/га	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Всего: неторгуемые ресурсы	сум/га	12 657 188					12 657 188
Всего: торгуемые ресурсы	сум/га	12 750 000					9 343 750
Всего затраты	сум/га	25 407 188					22 000 938
Выручка	сум/га	40 000 000					40 000 000
СВР		0,46					0,41

Продукт: Грецкие орехи							
Расположение хозяйства: Самаркандская область, Джамбайский район				Обменный курс: 1 доллар США = 8 099,4 узбекских сума			
Год: 2018				Курс на дату: 1 января 2018 г.			
Урожайность: 12,8 т/га							
Наименование	Единица измерения	Финансовые затраты	Акцизы	НДС на мат.-тех. ресурсы	Надбавка дистрибьютора	Пошлины	Экономические затраты
Неторгуемые ресурсы							
Земля	сум/га	1 500 000					1 500 000
Труд	сум/га	4 280 000					4 280 000
Услуги	сум/га	400 000					400 000
Налоги	сум/га	300 000					300 000
Орошение	сум/га	100 000					100 000
Органические удобрения	сум/га	500 000					500 000
Электричество	сум/га	240 000					240 000
Прочие	сум/га	3 396 875					3 396 875
Торгуемые ресурсы							
Минеральные удобрения	сум/га	3 120 000	0,0	520 000	650 000	0,0	1 950 000
Саженцы	сум/га	14 400 000	0,0	2 400 000	0,0	0,0	12 000 000
Средства защиты растений	сум/га	1 350 000	0,0	225 000	281 250	0,0	843 750
Упаковка	сум/га	640 000	0,0	106 667	0,0	0,0	533 333
Всего: неторгуемые ресурсы	сум/га	10 716 875					10 716 875
Всего: торгуемые ресурсы	сум/га	19 510 000					15 327 083
Всего затраты	сум/га	30 226 875					26 043 958
Выручка	сум/га	70 000 000					70 000 000
СВР		0,21					0,20

Приложение 8. Пример Требований Розничной Сети к Импортным Свежим Фруктам (Пример Розничной Сети «X5 Retail Group»)

Согласно минимальным требованиям, фрукты и овощи должны быть:

- ✓ из одной партии и одного ботанического сорта (помологического или ампелографического) и упакованы в одинаковые контейнеры при проведении оценки качества;
- ✓ хорошего качества (не испорченными и без дефектов, делающих их непригодными для употребления);
- ✓ чистыми, практически без видимых посторонних примесей (за исключением корнеплодов);
- ✓ без насекомых-вредителей или причиненных ими повреждений;

- ✓ без постороннего запаха и/или вкуса;
- ✓ достаточно спелыми (достигнувшими зрелости в зависимости от категории продукта).

Для отдельных категорий продуктов могут разрабатываться дополнительные стандарты и правила.

Если при поступлении товара в распределительный центр розничной сети объем бракованной продукции превысит лимит, указанный в инструкциях, то товар не принимается.

1. Абрикосы



Класс «Экстра»

Класс 1

Класс 2

Допускается:



Незначительные дефекты формы или развития, дефекты окраски, потертости, легкие солнечные ожоги, незначительные дефекты кожицы (не более 1 кв. см в длину для дефектов продолговатой формы, и не более 0,5 кв. см. от общей площади для других дефектов), незначительные трещинки, 1-2 градобоины

Класс 1: Плоды хорошего качества, товарного вида, тщательно отобраны, типичной окраски.

Не допускается:



Механические повреждения (проколы, нажимы от упаковки)

Градобоины

Болезни плодов



Повреждение сельхозвредителями

Следы гниения, плесневения (отход)

Повреждения высокими и низкими температурами

Перезрелый

Не спелый

2. Виноград



Класс «Экстра»

Класс 1

Класс 2

Допускается:



Пигментация,
вызванная
воздействием
солнца

Незначительные
дефекты формы
(справа)

Незначительные
дефекты окраски
(справа)

Слегка «рассеянные»
ягоды (справа)

Незначительная
коричневая
пятнистость

Незначительные
дефекты кожи

Не допускается:



Сморщенные,
увядшие

Следы от обработки сернистым ангидридом

Треснутые
ягоды

Серая
плесень

Темное
мучнистое
загрязнение

Антракноз

Мучнистая
роса

Черная
гниль

3. Сливы



Класс «Экстра»

Класс 1

Класс 2 (навалом)

Допускается:



Покрит
налетом

Незначительные поверхностные дефекты формы, потертости, зарубцевавшиеся трещины. Плоды класса 2, допускаются в количестве не превышающем 10% (по количеству или весу) в партии плодов класса 1

Побурение
класс 2

Незначительное
побурение класс 1

Не допускается:



4. Черешня



В классе 1 могут быть ягоды с незначительными отклонениями по форме и окраске, с присутствующими легкими но плотными нажимами, не оказывающими существенного влияния на общий товарный вид

Допускается:



Сухие потертости, легкие зарубцевавшиеся трещинки, трещинки средней величины, не влияющие на общий товарный вид партии и сохранность ягод, небольшие червоточинки (в рамках особого допуска) – допускается в совокупности не более 10% по счету и 4% (как особый допуск на ягоды треснутые и небольшими червоточинками)



Не допускается:



Плоды, поврежденные сельскохозяйственными вредителями, плоды перезревшие, раздавленные, с глубокими механическими повреждениями проникающими внутрь ягоды, треснувшие и не зарубцевавшиеся, загнившие, заплесневелые, червивые, с остатками химических веществ. Ярко выраженные градобоины, проколы, размягченные ягоды, с солнечными ожогами оказывающие существенное влияние на товарный вид



Плодоовощеводство в Странах Центральной Азии

Использование Новых Экспортных Возможностей в Китай и Российскую Федерацию

Объем китайского рынка импортных фруктов достигает 5,8 млрд долларов США, что открывает колоссальные возможности для центральноазиатских экспортеров диверсифицировать географию своих поставок и увеличить стоимость экспорта агропродовольственной продукции. В период с 2015 по 2017 год Китай импортировал свежие черешню, виноград, сливы и абрикосы – то есть фрукты, в производстве которых страны Центральной Азии обладают сравнительными преимуществами, – на общую сумму 1,5 млрд долларов США. Ожидается, что к 2030 году китайский спрос на импорт этих фруктов увеличится до 1,8 млрд долларов США. Географическое положение Центрально-Азиатского региона, его природные ресурсы, потенциал для роста урожайности и расширение возможностей для частных инвестиций посредством реформ создают необходимые предпосылки для увеличения экспорта фруктов из центральноазиатских стран в Китай.

Однако, воспользоваться возможностью, которую открывают китайские фруктовые рынки, не так просто. В первую очередь, китайские рынки требуют от стран-экспортеров стабильного качества и объемов поставок свежих фруктов. Во-вторых, выход на китайский рынок возможен только при условии наличия современных систем контроля качества, отлаженности логистических схем, соблюдения жестких требований как при производстве продукции, так и на последующих этапах, тем чтобы обеспечить соответствие строгим стандартам безопасности пищевых продуктов, принятым в Китае. В-третьих, фрагментированность и конкурентная структура китайских фруктовых рынков требует постоянного контакта с китайскими партнерами на местах. В-четвертых, китайские потребители ценят привлекательную упаковку и продукты с узнаваемыми брендами.

Степень готовности экспортеров агропродовольственной продукции из Центральной Азии к расширению своего присутствия на рынках более высокого ценового сегмента, таких как Китай, будет проверена успешностью их проникновения в официальные розничные сети Российской Федерации – страны, которая является их традиционным рынком. В настоящее время Российская Федерация и другие страны бывшего Советского Союза продолжают оставаться ключевыми направлениями для экспорта фруктов из Центральной Азии. Однако несмотря на традиционно большое присутствие центральноазиатских экспортеров на российском рынке косточковых фруктов, они медленно приспосабливаются к растущей здесь роли современных розничных сетей в торговле продуктами питания.

Цель данного исследования заключается в том, чтобы улучшить понимание правительствами стран Центральной Азии тех возможностей, которые открываются для экспорта их агропродовольственной продукции на китайские и российские рынки верхнего ценового сегмента, с особым акцентом на рынки свежих фруктов, а также дать им практические рекомендации относительно того, как воспользоваться этими возможностями.