





## Торговля – инфраструктурный элемент по доставке рыбы потребителям в России

Светлана М. Рыжкова<sup>1</sup>[smr.market@vniiesh.ru](mailto:smr.market@vniiesh.ru) 0000-0002-1908-0747Валентина М. Кручинина<sup>1</sup>[vmk.market@vniiesh.ru](mailto:vmk.market@vniiesh.ru) 0000-0003-0811-796X<sup>1</sup> Всероссийский НИИ экономики сельского хозяйства, Хорошевское шоссе, 35/2, г. Москва, 123007, Россия

**Аннотация.** В России для успешного развития рыболовства и рыбоводства имеется природная база: выход к морям и океанам, значительная площадь внутренних водоемов: реки и озера. При этом распределение рыбных ресурсов очень неравномерно: в некоторых районах ресурсы намного превышают потребности местного населения, в то время как другие могут не иметь прямого доступа к рыбным запасам. Поэтому торговля играет важную роль в достижении более равномерного перераспределения рыбы по всей стране и является важным элементом рыночной экономики, рыночного обмена, одним из индикаторов благополучия экономики на микро-, макро- и мезоуровнях. Цель исследования — изучение торговли как важного инфраструктурного элемента по доставке рыбы и морепродуктов конечному потребителю. Была оценена товарная структура оборота и запасы оптовой и розничной торговли, покупательская способность среднедушевых денежных доходов населения, роль и возможности потребительской кооперации Центросоюза в маркетинговой цепочке по доставке рыбы и морепродуктов конечному потребителю. Методы: сравнения и научного анализа, индуктивный и дедуктивный, монографический помогли наметить проблемы и пути развития торговли. Для стимулирования сбыта рыбы и продуктов ее переработки, необходимо развивать все виды торговли, в том числе оптовую и розничную, а также создавать биржи, электронные площадки и использовать любые другие современные маркетинговые каналы реализации. Необходима многопрофильная система товародвижения для перераспределения межрегиональных грузопотоков «восток—запад» и «север—юг» и развитие основных транспортных направлений: широтных, меридианных и диагональных, для доставки рыбы и морепродуктов из регионов вылова к месту потребления.

**Ключевые слова:** торговля, оптовая и розничная торговля, биржи, рыба и морепродукты, торговые запасы, структура торгового оборота, потребительские цены, качество рыбных товаров, инфраструктура, дорожная сеть

## Trade-an infrastructure element for delivering fish to consumers in Russia

Svetlana M. Ryzhkova<sup>1</sup>[smr.market@vniiesh.ru](mailto:smr.market@vniiesh.ru) 0000-0002-1908-0747Valentina M. Kruchinina<sup>1</sup>[vmk.market@vniiesh.ru](mailto:vmk.market@vniiesh.ru) 0000-0003-0811-796X<sup>1</sup> All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Khoroshevskoe shosse, 35, korp. 2, Moscow, Russia

**Abstract.** In Russia, for the successful development of fishing and fish farming, there is a natural base: access to the seas and oceans, a significant area of internal reservoirs: rivers and lakes. However, the distribution of fish resources is very uneven: in some areas, resources far exceed the needs of the local population, while others may not have direct access to fish stocks. Therefore, trade plays an important role in achieving a more even distribution of fish throughout the country and is an important element of the market economy, market exchange, and one of the indicators of the well-being of the economy at the micro, macro, and meso levels. The purpose of the study is to study trade as an important infrastructure element for the delivery of fish and seafood to the final consumer. Was a valued commodity structure of sales and inventory of wholesale and retail trade, purchasing power per capita monetary income of the population, the role and potential of consumer cooperatives Centrosoyuz in the marketing chain for the delivery of fish and seafood to the final consumer. Methods: comparison and scientific analysis, inductive and deductive, monographic helped to outline the problems and ways of trade development. To promote the sale of fish and its processed products, it is necessary to develop all types of trade, including wholesale and retail, as well as create exchanges, electronic platforms and use any other modern marketing channels. A multi-disciplinary system of commodity movement is needed for the redistribution of inter-regional cargo flows "East-West" and "North-South" and the development of the main transport directions: latitudinal, meridional and diagonal, for the delivery of fish and seafood from the catch regions to the place of consumption.

**Keywords:** trade, wholesale and retail trade, exchanges, fish and seafood, trade stocks, structure of trade turnover, consumer prices, quality of fish products, infrastructure, road network

### Введение

Торговля рыбой происходит с незапамятных времен и является общей традицией для всех государств. Это относится и к России. Географическое положение страны – выход к трем океанам (Северному Ледовитому, Атлантическому и Тихому), множественные внутренние источники (озера, реки, водохранилища, пруды) – превратили рыболовство и рыбоводство в сложившийся промысел в российской экономике [1].

Распределение рыбных ресурсов в России очень неравномерно. В некоторых районах ресурсы намного превышают потребности местного населения, в то время как другие могут не иметь прямого доступа к рыбным запасам. Это означает, что торговля должна сыграть свою роль в достижении более равномерного распределения рыбы по всей стране, где учитывается вся маркетинговая цепочка.

Для цитирования

Рыжкова С.М., Кручинина В.М. Торговля – инфраструктурный элемент по доставке рыбы потребителям в России // Вестник ВГУИТ. 2020. Т. 82. № 3. С. 253–260. doi:10.20914/2310-1202-2020-3-253-260

For citation

Ryzhkova S.M., Kruchinina V.M. Trade-an infrastructure element for delivering fish to consumers in Russia. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2020. vol. 82. no. 3. pp. 253–260. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2020-3-253-260

Торговля является важным элементом рыночной экономики, рыночного обмена, одним из индикаторов благополучия экономики на микро-, макро- и мезоуровнях. Торговля занимает центральное место в теории экономической динамики Н.Д. Кондратьева, который указывал, что «в благоприятный период хозяйственной жизни наблюдается повышение цен, расширение производства, расширение товарных оборотов, повышение доходов и т. д. Наоборот, в неблагоприятный период наблюдается как раз обратное изменение этих элементов» [2].

Русский экономист-теоретик В.Я. Железнов считал, что торговая деятельность является «необходимым членом в цепи хозяйственных отношений обществ, построенных на принципах разделения труда и товарного обмена». Под торговлей В.Я. Железнов понимал «действия, имеющие целью передачу готовых уже товаров из рук производителей в руки потребителей, причем в общественном разделении труда торговля занимает свое самостоятельное место, наряду с другими отраслями хозяйственной деятельности – транспортом, кредитом, промышленностью». Он различал «два главных вида: торговлю оптовую – торговые отношения между производителем и одним или несколькими торговыми посредниками; торговлю розничную – торговые отношения между производителем или торговыми посредниками и потребителем». [3].

В современном мире частью глобального рынка рыбы и морепродуктов является международная торговля, на которую оказывают существенное влияние транспортная инфраструктура (автомобильные, железные дороги, аэропорты, морские порты и т. д.) и услуги, предоставляемые сектором транспорта и логистики, и телекоммуникационные сети и услуги, предоставляемые в таких сетях. Либерализация норм и правил торговли позволяет свести к минимуму издержки торговли и обеспечить доступ к рынкам, тем самым полнее удовлетворить потребности населения.

**Цель работы** – изучение торговли как важного инфраструктурного элемента по доставке рыбы и морепродуктов конечному потребителю. Исследована товарная структура оборота и запасы оптовой и розничной торговли, покупательская способность среднестатистических денежных доходов населения, роль и возможности потребительской кооперации Центросоюза в маркетинговой цепочке по доставке рыбы и морепродуктов конечному потребителю.

### **Материалы и методы**

Данные статистических сборников Федеральной службы государственной статистики, Отчеты об основных показателях социально-экономической деятельности потребительских

союзов, входящих в состав Центросоюза Российской Федерации, научные статьи, монографии по теме, которые были размещены в электронном виде или в печатных периодических изданиях, а также методы: сравнения и научного анализа, индуктивный и дедуктивный, монографический, позволили обозначить проблемы и перспективы развития торговли как инфраструктурного элемента по доставке рыбы и морепродуктов потребителям в России. Необходимо развивать все виды торговли, в том числе оптовую и розничную, для стимулирования сбыта рыбы и продуктов ее переработки, а также создавать биржи, электронные площадки и использовать любые другие современные маркетинговые каналы реализации.

### **Результаты**

Торговля предоставляет потребителям возможности пользоваться большим разнообразием товаров, является существенным фактором повышения уровня жизни и обеспечения занятости. Широкое использование холодильного оборудования, а также улучшение транспорта и связи способствовали значительному расширению этой сферы экономики [4].

Торговая деятельность (вид предпринимательства, связанный с приобретением и продажей товаров) регулируется Федеральным законом от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ. В законе торговля в зависимости от целей приобретения, продажи и использования товаров подразделяется на оптовую торговлю и розничную. Эти виды торговли – конечные этапы распространения товаров. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения» вводит понятие «оптово-розничная торговля» как «совмещение двух видов торговой деятельности: оптовой и розничной».

Для развития рынка рыбы и продуктов ее переработки имеют значение оба вида торговли. Однако оптовый товарооборот занимает особое место в инфраструктурной цепочке по продвижению рыбы к потребителю. Оптовая торговля является промежуточным звеном реализации товаров, когда товары закупаются и реализуются большими партиями для последующей перепродажи или производственных целей. Она плотно связана как с производственным, так и потребительским секторами экономики. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029–2014 (КДЕС Ред. 2) в разделе G определяет, что оптовые торговцы часто сами собирают,

сортируют и приводят в надлежащий вид товары в больших партиях, разбивают крупные, переупаковывают в более мелкие партии, а также хранят, охлаждают, доставляют и устанавливают товары, стимулируют сбыт и создают торговые марки.

Одним из важных товаров торговой деятельности выступает рыба и морепродукты. В последние десятилетия оборот оптовой торговли стремительно растет. Так, за период с 2000 г. по 2019 г. общий оптовый оборот в стране вырос почти в 20 раз с 4256,8 до 84204,3 млрд руб., в т. ч. организаций оптовой торговли за этот же период увеличился более чем в 21 раз – с 3133,7 до 66267,7 млрд руб. Складская площадь в организациях оптовой торговли в 2019 г. по сравнению с предыдущим годом выросла на 14,5%, а складской объем – на 7,8%. Источниками поступления товаров в I кв. 2020 г. были производители (66%), оптовые и оптово-посреднические организации (31%) и прочие организации (3%). По данным Федеральной службы государственной статистики основными каналами реализации для организаций оптовой торговли выступают производители (17%), оптовые и оптово-посреднические организации (54%) и организации розничной торговли (19%). Оптовое звено реализует лишь 2% товаров физическим лицам.

В товарной структуре оборота оптовой торговли рыба, ракообразные и моллюски занимали в 2018 г. долю в 0,7%, что в 2 раза ниже

доли мяса (включая мясо птицы). Однако доля рыбы и морепродуктов в этом торговом звене была выше доли фруктов, овощей, картофеля и орехов (0,6%). Что касается позиции в группе «пищевые продукты», то доля рыбы и ракообразных составляла 3,8%, опережая плодоовощные продукты, но также уступая мясу (7,1%), продуктам из мяса (4,2%), молочным продуктам (6,8%), сахару и кондитерским изделиям (8,4%).

В России ведущими районами добычи рыбы являются Приморский край, Камчатка, побережья Южного Сахалина и Охотского моря, Амурский лиман, т. е. Тихоокеанский бассейн. Основная же масса потребителей расположена в европейской части [1]. Поэтому учитывая удаленность мест добычи рыбы и морепродуктов от мест потребления, запасы данных видов товаров в оптовом звене обеспечивают равномерное и непрерывное поступление рыбы и продуктов ее переработки в розницу, а значит и к конечному потребителю. Так, по запасам рыба и рыбные продукты переработанные занимают третье место после сахара и кондитерских изделий. В 2019 г. рыбные запасы в организациях оптовой торговли выросли по сравнению с 2018 г. на 44,3%, а в сравнении с 2010 г. – в 3 раза. Эта тенденция характерна и для рыбных консервов. Однако в отличие от запасов рыбы, которые растут стабильно, запасы рыбных консервов имеют неустойчивую тенденцию роста (таблица 1).

Таблица 1.

Запасы в организациях оптовой торговли отдельных видов продовольственных товаров, тыс. т

Table 1.

Stocks in wholesale organizations of certain types of food products, thousand tons

Показатели Indicators	Годы   Years					2019 к 2018 г., % 2019 to 2018, %
	2010	2015	2017	2018	2019	
Мясо и мясо птицы, кроме субпродуктов Meat and poultry, other than offal	57,6	112	97,1	83,3	101,0	121,2
Изделия колбасные   Sausage products	4,8	7,7	6,0	7,9	9,0	113,0
Консервы мясные, муб.   Canned meat, MUB.	14,8	20,5	18,8	14,1	14,5	102,8
Сыры   Cheeses	9,4	1,08	15,5	12,4	10,0	14,5
Масла растительные   Vegetable oils	30,5	25,5	43,4	79,4	58,1	73,2
Сахар   Sugar	268,0	160,0	251,0	232,0	789,0	3,4 р.
Кондитерские изделия   Confectionery	68,6	102,0	64,2	107,0	145,0	135,5
Мука   Flour	44,0	28,5	31,8	26,0	24,4	93,8
Крупа   Cereal	51,7	55,8	42,0	56,3	53,0	94,1
Изделия макаронные   Macaroni products	10,9	19,5	11,1	12,9	16,2	125,6
Рыба и продукты рыбные переработанные (без рыбных консервов), т Processed fish and fish products (without canned fish), ton	36,2	59,2	52,7	76,2	110,0	144,3
Консервы рыбные, муб.   Canned fish, MUB.	18,0	10,9	10,4	15,4	37,0	2,4 р.

Оптовая торговля регулирует региональные и отраслевые рынки рыбы и морепродуктов с помощью накопления и перемещения товаров. Она осуществляется с использованием складских помещений и транзитом, когда оптовая организация реализует рыбные товары, минуя свои склады. При транзитных поставках оптовое звено оказывает посреднические услуги, а товары поставляются напрямую покупателям. При этой форме торговли, с одной стороны, ускоряется продвижение товаров в розничную сеть, снижается объем складских и транспортно-экспедиционных операций, но с другой – происходит образование сверхнормативных запасов товаров в розничном звене товародвижения.

Помощником в решении текущих задач и накопившихся проблем в рыбной отрасли может стать цифровая экономика. Развитие современных информационных коммуникаций позволяет сократить расстояния и снизить транспортные расходы и транзакционные издержки [5]. В развитых странах для этого используют биржевую торговлю. В России такой вид оптовой торговли как биржевая торговля не получил должного развития. На 01.01.2020 г. в России насчитывалось 5 бирж, что в 9 раз меньше их количества в 2000 г. Число проведенных торгов в 2019 г. составило 1,1 тыс., что уступает показателю 2000 г. (2,6 тыс.). Однако число заключенных сделок с реальным товаром многократно увеличилось в 2019 г. по сравнению с 2000 г. (почти в 21 раз) – 204, 8 тыс. и 9,8 тыс. соответственно.

В 2018 г. на биржах продано всего 97 т рыбы и морепродуктов, что составляет 30,1% от уровня 2017 г. Этот вид товара не является характерным для биржевой торговли в России. Так, в 2010 г. с помощью бирж было продано 2 т рыбы и морепродуктов, в 2016 г. – 5 т, а в 2015 г. биржевая торговля данными товарами вообще не осуществлялась. Для сравнения – в 2018 г. на биржах реализовано 4857,8 тыс. т хлебных злаков.

Международный опыт показывает, что система электронной торговли рыбой может быть выгодна рыбакам. К примеру, в Норвегии она используется для защиты интересов рыбаков от давления со стороны переработчиков рыбы, которые устанавливали цены и условия поставки.

Так, Fish Pool – международная товарная биржа, расположенная в Бергене (Норвегия), торгует фьючерсными контрактами на лосося. Торговля в рыбном пуле началась в мае 2006 г. Объемы, реализуемые на бирже, составляют примерно 10–15% годового производства выращиваемого атлантического лосося в Норвегии.

Цены на этот товар очень изменчивы и представляют постоянный риск для всех вовлеченных сторон. Отсутствие предсказуемости мешает покупателям и продавцам планировать свои инвестиции и операционную деятельность в долгосрочной перспективе. Промышленность нуждается в инструменте для управления рисками, который может обеспечить лучшую прогнозируемость для прибыли и в то же время предложить гибкость, необходимую для торговли данным биологическим продуктом [6].

Основной целью биржи является содействие управлению риском спотовых цен (цена, по которой продается реальный товар в данное время и в данном месте на условиях немедленной поставки) на лосося. Лососевые фермеры (продавцы выращенного лосося) и переработчики (покупатели лосося) являются примерами организаций, которые используют фьючерсные контракты для управления риском спотовых цен на лосося.

Такие контракты представляют собой финансовый инструмент, который работает независимо от физической доставки рыбы. Основа этой концепции заключается в том, что покупатель и продавец с промежуточным уровнем Fish Pool договариваются о цене и фиксированном объеме для будущей поставки. Когда срок действия контракта истекает, покупатель и продавец либо получают, либо оплатят разницу между согласованной ценой контракта и средней спотовой ценой последних месяцев (измеренной как Fish Pool Index TM) [6].

В отличие от традиционных физических контрактов финансовые контракты имеют следующие преимущества: возможность получения более стабильного и предсказуемого дохода; долгосрочная перспектива (до 2-х лет); фактическая информация о цене; возможность заключать договоры с фиксированной ценой; возможность обеспечить цену, но при этом иметь полную гибкость в отношении решений, касающихся вылова, переработки или торговли рыбой; легко и плавно входить и выходить из контрактных позиций; торговля в течение следующих двух лет независимо от вылова биомассы.

Основным каналом доведения любых товаров до потребителя является розничная торговля. В России розничная торговля осуществляется торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями и на розничных рынках и ярмарках. Значение рынков и ярмарок снижается, что подтверждается уменьшением их доли в обороте розничной торговли. Если в 2000 г. их доля составляла 26,2% в розничном обороте, то в 2018 г. – только 5,6%.

Доля рыбы, ракообразных и моллюсков в товарной структуре оборота розничной торговли растет, но незначительно. В 2010 г. она составляла 1,9%, а с 2015 г. установилась на уровне 2,1%. Как и в оптовом звене, доля рыбы ниже, чем доля мяса и домашней птицы, а также продуктов их переработки – 3,3% и 4,1% в 2018 г. соответственно. Физический объем

розничных продаж рыбы и морепродуктов увеличивается. Например, его рост в 2018 г. по сравнению с 2000 г. достиг 65,6% (таблица 2). Объем розничной торговли этих видов продуктов составил в 2018 г. 670,5 млрд руб., что больше показателя 2017 г. на 1,9% (в сопоставимых ценах), а розничная продажа консервов из рыбы и морепродуктов равнялась 139,0 млрд руб. [1].

Таблица 2.

Индексы физического объема розничной продажи рыбы, ракообразных и моллюсков, %

Table 2.

Indices of the physical volume of retail sales of fish, crustaceans and shellfish, %

Показатели Indicator	Годы   Years (1995 = 100)				Годы   Years (2000 = 100)			
	2010	2016	2017	2018	2010	2016	2017	2018
Рыба, ракообразные и моллюски Fish, crustaceans and shellfish	209,3	207,5	210,6	215,0	161,1	159,8	162,2	165,6

В ассортиментной структуре розничной продажи первенство принадлежит продуктам из переработанной рыбы и морепродуктов. Так, в 2018 г. на консервы из рыбы и морепродуктов приходилось 23,2%, а на рыбу соленую, маринованную и копченую – 20,0% всех розничных

продаж. Однако прослеживается тенденция снижения их доли по сравнению с 2015 г. в пользу рыбы живой и охлажденной, рыбной икры и морепродуктов. Это отражает происходящие изменения в предпочтениях покупателей (таблица 3).

Таблица 3.

Ассортиментная структура розничной продажи рыбы и морепродуктов, в фактических ценах; в % к обороту розничной продажи товара данной группы

Table 3.

Assortment structure of retail sales of fish and seafood, in actual prices; in % of retail sales turnover of the product of this group

Показатели Indicator	Годы   Years			
	2015	2016	2017	2018
Рыба, ракообразные и моллюски, из них: Fish, crustaceans and shellfish, including:	100	100	100	100
консервы из рыбы и морепродуктов   canned fish and seafood	27,2	26,2	24,5	23,2
рыба живая и охлажденная   live and chilled fish	9,1	9,0	9,0	9,4
рыба замороженная разделанная   frozen butchered fish	6,0	6,1	7,0	6,1
рыба замороженная неразделанная   fish frozen undivided	8,6	8,9	6,7	5,2
рыба соленая, маринованная, копченая   salted, pickled, smoked fish	22,0	21,6	19,9	20,0
икра рыб   fish caviar	9,0	9,4	8,8	9,3
морепродукты пищевые   seafood food	11,0	11,1	12,0	13,2

Важное значение имеет качество рыбных товаров, поступивших на потребительский рынок, в связи с их использованием в личных, семейных, и домашних целях. К примеру, среди отобранных образцов (проб) рыбной пищевой товарной продукции (без рыбных консервов) в 2018 г. было установлено ненадлежащее качество и (или) опасность товаров в 3,3% отечественных и 4,3% импортных товаров. По сравнению с 2015 г. данные значения снизились в обоих случаях – с 8,3% по отечественной и с 19,4% по импортной рыбной продукции. В отношении качества рыбных консервов и пресервов прослеживается иная ситуация – наблюдается уменьшение некачественной продукции среди отечественных товаров этой

группы за этот же период (с 5,5 до 2,0%), и увеличение в импорте – с 0,3 до 3,0%.

В современной России рыба и иная продукция из водных биоресурсов относятся к продуктам, обеспечивающим продовольственную безопасность страны. Экономическую доступность рыбы и рыбопродуктов, т. е. возможность их приобретения в соответствии с уровнем доходов, можно проследить на основе изменения потребительских цен [7]. На рыбу и продукты ее переработки цены постоянно растут. Кроме того, в отдельные годы уровень инфляции опережает рост цен на рыбу и продукты ее переработки. Это снижает доступность данных товаров для отдельных категорий покупателей, например, пожилых людей и людей с низким достатком (таблица 4).

Таблица 4.

Индексы потребительских цен  
на рыбопродукты, декабрь к декабрю  
предыдущего года, %

Table 4.

Indices of consumer prices for fish products,  
December to December of the previous year, %

Показатели Indicator	Годы   Years				
	2010	2015	2016	2017	2018
Рыбопродукты Fish products	104,6	122,9	108,6	103,3	103,1
Уровень инфляции Rate of inflation	8,8	12,9	5,4	2,5	4,3

Другим показателем доступности продуктов из рыбы является покупательная способность среднедушевых денежных доходов населения. Так, если в 2010 г. в месяц можно было приобрести 215,5 кг рыбы замороженной (кроме лососевых пород и рыбного филе) или 216,1 кг соленой сельди, то в 2018 г. – 187,5 кг или 172,2 кг соответственно.

Хотя доля рынков в розничном обороте снизилась, но их роль в товародвижении рыбы и морепродуктов остается весомой. Например, удельный вес розничных рынков и ярмарок в общем объеме продажи рыбы, ракообразных и моллюсков в 2010 г. составлял 10,5%, снизившись до 6,4% в 2018 г. В структуре продаж товаров на розничных рынках и ярмарках рыба в 2018 г. занимала долю в 2,3% (в 2010 г. – 1,6%). Однако этот показатель несопоставим с долей мяса (13,0%) или плодоовощной продукции (12,9%) [8].

Качество рыбных товаров, реализуемых на розничных рынках, ниже, чем в общем по розничной торговле. В 2018 г. 8,7% отобранных образцов имели ненадлежащее качество, из них по причинам: отсутствия документов, подтверждающих качество и безопасность продукции – 2,7%; нарушения правил маркировки – 2,3%; нарушения правил хранения – 2,3% и нарушение сроков годности – 0,2%.

Особая роль в доведении товаров до конечных потребителей отводится торговой сфере потребительской кооперации Центросоюза РФ. Как правило, ее организации находятся в сельской местности и обслуживают сельское население. В 2018 г. на долю торговой сферы приходилось 65,5% совокупного объема деятельности организаций ЦС. Причем из 137020 млн руб. общего торгового оборота лишь 6,8% занимала оптовая торговля (9276 млн руб.).

Одним из видов деятельности организаций потребительской кооперации ЦС является промышленность, на предприятиях которой в том числе занимаются солением и копчением рыбы. В 2018 г. было произведено 2661 т соленой

и копченой рыбы, в 2019 г. – 2526 т (92,6% от 2018 г.). Лидером по производству и реализации соленой и копченой рыбы является Приволжский региональный союз, на долю которого приходится 74,7% (1888 т) всего объема ЦС. Причем Дальневосточный региональный союз производит только 37 т соленой и копченой рыбы или 1,5%, а Северо-Западный – 60 т или 2,4%. Реализация переработанной рыбы происходит через собственные магазины и общественное питание [9]. Но к большому сожалению, даже потребительские союзы, расположенные на побережье или имеющие выход к морю, не могут предложить потребителю свежую рыбу в своем ассортименте.

Для успешной торговли рыбой необходима сформированная инфраструктура, в т. ч. развитая дорожная сеть, чтобы вовремя обеспечить качественной рыбой и морепродуктами население страны и нивелировать негативные последствия неравномерного распределения рыбных ресурсов в России и дальность расстояний между ведущими районами вылова и регионами потребления.

В России основные грузоперевозки производятся с использованием железнодорожного, автомобильного и водного видов транспорта. Эксплуатационная длина железнодорожных путей общего пользования в 2019 г. выросла незначительно по сравнению с 2000 г. – на 1,0%. И также медленно увеличивается протяженность внутренних судоходных путей – с 84,6 тыс. км в 2000 г. до 101,6 тыс. км в 2019 г. или на 20,1%.

Более быстрыми темпами растет протяженность автомобильных дорог общего пользования – за этот же период их рост составил 2,6 раз. Однако 55,8% автодорог регионального или межмуниципального значения и 48% местного значения не отвечают нормативным требованиям. Кроме того, в стране мало скоростных трасс. Так, в России их протяженность составляет 2300 км, что в 62 раза меньше, чем, например, в Китае – 142500 км.

### Обсуждение

Наличие качественной дорожной сети повышает уровень производительности как в экономике в целом так и по отдельным отраслям и снижает затраты торговых организаций, увеличивая оборачиваемость товаров. Недостаточно развитая сеть транспортных перевозок (связность и качество дорог) снижает эффективность сбыта продукции и скорость товарооборота [10]. Кроме того, соответствующая инфраструктура помогает расширять торговлю не только внутри страны за счет улучшения транспортных сетей, но также способствует развитию внешней торговли за счет повышения

качества работы портов, аэропортов и железнодорожных узлов. Это также помогает диверсифицировать производство организаций, поскольку они могут получать необходимые запасы сырья и других ресурсов из тех мест, где они более доступны. Кроме того, с улучшенной инфраструктурой организации могут производить товары в соответствии с потребностями людей из разных регионов и стран, а торговля продавать их населению.

Отличительной чертой инфраструктуры является то, что ее дефицит не может быть восполнен за счет импорта, т. к. в зависимости от местоположения потребность в соответствующем инфраструктурном объекте может быть удовлетворена за счет развития его потенциала в национальной экономике. К примеру, дорожная сеть, необходимая для роста торгового оборота рыбой и морепродуктами, должна быть создана для внутренней экономики. Поэтому создание инфраструктурных объектов должно регулироваться государством [11].

Так, железнодорожный транспорт является одной из системообразующих отраслей экономики, требующей огромных финансовых вложений. При этом сфера транспорта может стать инструментом преодоления экономического кризиса и создания условий для роста национальной экономики, поскольку вложение в транспортную отрасль способствует развитию смежных отраслей, обеспечению рабочих мест [12]. На продажи, в частности, рыбы и морепродуктов, влияют те же факторы, что и на экономический рост: цены поставщиков, конкурентов; спрос и предложение на те или иные виды продукции; методы конкуренции; политика регулирования рынка; уровни предпринимательской активности, обусловленные новыми конкурентами, появившимися на рынке; новые технологии в отраслях, на предприятиях [13].

## Заключение

Торговля является частью инфраструктуры по доставке рыбы потребителям в России. В то же время для эффективного торгового обеспечения населения рыбой и морепродуктами необходимо развивать физическую инфраструктуру и инфраструктурные услуги. Важным звеном оптовой торговли является транспортно-логистический сектор, а также телекоммуникационные сети и услуги, предоставляемые по таким сетям. Это те секторы, которые участвуют в физической инфраструктуре, которая имеет решающее значение для перемещения рыбы и морепродуктов из мест ее производства к местам потребления и переработки.

Транспортная и обслуживающая инфраструктура и инфраструктурные услуги поддерживают торговлю, а качество и стоимость инфраструктуры и сопутствующих услуг влияет на торговлю. Инфраструктурные услуги в той или иной степени подвержены несовершенству рынка, требующему государственного регулирования, но технологические изменения за последнее десятилетие или около того изменили конкурентную среду из этих услуг, в частности, в сфере телекоммуникаций.

При наличии обширной территории страны и неоднородной структуры переработки и вылова рыбы в России до сих пор остаются не развитыми основные транспортные направления: широтные, меридианные и диагональные, что существенно затрудняет доставку рыбы и морепродуктов из регионов вылова к месту потребления. Поэтому необходимо создавать многопрофильную систему товародвижения для перераспределения межрегиональных грузопотоков «восток-запад» и «север-юг», учитывающую особенности концентрации населения на территории страны, развитие оптовой и розничной торговой сети и транспортной инфраструктуры.

## Литература

- 1 Кручинина В.М., Рыжкова С.М. Анализ потенциала инвестиционной привлекательности рыбохозяйственного комплекса России // Вестник ВГУИТ. 2020. Т. 82. № 1. С. 322–332. doi:10.20914/2310-1202-2020-1-322-332.
- 2 Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. М: Экономика, 1989. 526 с.
- 3 Железнов В.Я. Очерки политической экономии. 6-е изд., исправленное и дополненное. М.: Тип. Т-ва И.Д. Сытина, 1908. 858 с.
- 4 Ryzhkova S. The improvement of standart and legal base of infrastructure of the fruit and vegetable market // Economy modernization: new challenges and innovative practice: 2nd International Conference. Sheffield: B&M publishing, 2014. P. 25–29.
- 5 Kruchinina V. M., Ryzhkova S. M. Consumer Cooperation in Russia in the Digital Economy // Complex Systems: Innovation and Sustainability in the Digital Age. – Springer, Cham, 2020. P. 215-224. doi: 10.1007/978-3-030-44703-8\_24.
- 6 Fish Pool. Official salmon exchange, licensed by the Norwegian Ministry of Finance. URL: <https://fishpool.eu/products/concept/>
- 7 Рыжкова С.М., Кручинина В.М. Тенденции потребления рыбы и продуктов ее переработки в России // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2020. Т. 82. № 2. С. 181–189. doi: 10.20914/2310-1202-2020-2-181-189.
- 8 Рыжкова С.М. Особенности потребления плодов и овощей в Российской Федерации // Вестник БУКЭП. 2015 № 2. С. 383–389.
- 9 Кручинина В.М. Современное состояние и перспективы развития промышленности потребительской кооперации Центросоюза // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2017. Т.71. № 1. С. 401–409. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-401-409



10 Шаркова А.В., Прудникова А.А., Колесник Г.В. и др. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: изд. 2-е. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 605 с.

11 Ismail N.W., Mahyideen J.M. The Impact of infrastructure on trade and economic growth in selected economies in Asia. 2015. V. 553. 33 p. doi: 10.2139/ssrn.2709294

12 Кайрешева М.В. Система эффективного управления транспортнологистической компанией // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 1. С. 432–437. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-432-437.

13 Васильев М.П. Анализ влияния внешних факторов на эффективность использования ресурсного потенциала и экономический рост региона // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 1. С. 422–425. doi: 10.20914/2310-1202-2017-1-422-425.

### References

1 Kruchinina V.M., Ryzhkova S.M. Analysis of the potential investment attractiveness of the Russian fisheries sector. *Proceedings of VSUET*. 2020. vol. 82. no. 1. pp. 322–332. doi:10.20914/2310-1202-2020-1-322-332. (in Russian).

2 Kondratyev N.D. Problems of economic dynamics. Moscow, Economics, 1989. 526 p. (in Russian).

3 Zhelezov V.Ya. Essays on political economy. 6th ed., corrected and supplemented. Moscow, Type. T-va I.D. Sytina, 1908. 858 p. (in Russian).

4 Ryzhkova S. The improvement of standart and legal base of infrastructure of the fruit and vegetable market // *Economy modernization: new challenges and innovative practice: 2nd International Conference*. Sheffield: B&M publishing, 2014. pp. 25–29.

5 Kruchinina V.M., Ryzhkova S.M. Consumer Cooperation in Russia in the Digital Economy. *Complex Systems: Innovation and Sustainability in the Digital Age*. Springer, Cham, 2020. pp. 215–224. doi: 10.1007/978-3-030-44703-8\_24.

6 Fish Pool. Official salmon exchange, licensed by the Norwegian Ministry of Finance. Available at: <https://fishpool.eu/products/concept/>.

7 Ryzhkova S.M., Kruchinina V.M. Trends in the consumption of fish and fish products in Russia. *Proceedings of VSUET*. 2020. vol. 82. no. 2. pp. 181–189. doi:10.20914/2310-1202-2020-2-181-189. (in Russian).

8 Ryzhkova S.M. Fruits and Vegetables Consumption Peculiarities in the Russian Federation. *Herald of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*. 2015. no 2. pp.383–389. (in Russian).

9 Kruchinina M.V. Current state and prospects of development of the industry of consumer cooperatives Centrosyoz. *Proceedings of VSUET*. 2017. vol. 79. no. 1. pp. 401–409. doi: 10.20914/2310-1202-2017-1-401-409 (in Russian).

10 Sharkova A.V., Prudnikova A.A., Kolesnik G.V. et al. Business development: concepts, digital technologies effective system. Moscow, Publishing and trading Corporation Dashkov & Co, 2020. 605 p. (in Russian).


11 Ismail, N.W., and J.M. Mahyideen. The Impact of Infrastructure on Trade and Economic Growth in Selected Economies in Asia. Tokyo: ADBI Working, 2015 vol. 553. 33 p.

12 Kajresheva M.V. The system of effective management of transport and logistics company. *Proceedings of VSUET*. 2017. vol. 79. no. 1. pp. 432–437. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-432-437. (in Russian).


13 Vasiliev M.P. Analysis of the influence of external factors on efficiency of use of resource potential and economic growth of the region. *Proceedings of VSUET*. 2017. vol. 79. no. 1. pp. 422–425. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-422-425. (in Russian).

### Сведения об авторах

**Светлана М. Рыжкова** к.э.н., отдел маркетинга и развития продуктовых рынков, Всероссийский НИИ экономики сельского хозяйства, Хорошевское шоссе, 35/2, г. Москва, 123007, Россия, [smr.market@vniiesh.ru](mailto:smr.market@vniiesh.ru)


 <https://orcid.org/0000-0002-1908-0747>

**Валентина М. Кручинина** к.э.н., отдел маркетинга и развития продуктовых рынков, Всероссийский НИИ экономики сельского хозяйства, Хорошевское шоссе, 35/2, г. Москва, 123007, Россия, [vmk.market@vniiesh.ru](mailto:vmk.market@vniiesh.ru)


 <https://orcid.org/0000-0003-0811-796X>

### Information about authors

**Svetlana M. Ryzhkova** Cand. Sci. (Econ.), food markets marketing and development department, All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Хорошевское шоссе, 35/2, г. Москва, 123007, Россия, [smr.market@vniiesh.ru](mailto:smr.market@vniiesh.ru)

 <https://orcid.org/0000-0002-1908-0747>

**Valentina M. Kruchinina** Cand. Sci. (Econ.), food markets marketing and development department, All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Хорошевское шоссе, 35/2, г. Москва, 123007, Россия, [vmk.market@vniiesh.ru](mailto:vmk.market@vniiesh.ru)

 <https://orcid.org/0000-0003-0811-796X>

### Вклад авторов

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

### Contribution

All authors are equally involved in the writing of the manuscript and are responsible for plagiarism

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Поступила 18/09/2020	После редакции 18/09/2020	Принята в печать 18/09/2020
Received 18/09/2020	Accepted in revised 18/09/2020	Accepted 18/09/2020