

УДК 338.43

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА БАЗЕ ОТКРЫТЫХ ДАННЫХ РОССИИ И БЕЛАРУСИ**Е.С. Куликова, М.И. Львова**

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, email: e.s.kulikova@inbox.ru

Аннотация. Устойчивое развитие сельских территорий в современных условиях определяется не только производственным потенциалом аграрного сектора, но и качеством рыночной среды, глубиной включения производителей в каналы сбыта, устойчивостью потребительского спроса и способностью локальных хозяйственных систем адаптироваться к ценовым и внешнеторговым колебаниям. Цель исследования состоит в выявлении маркетинговых механизмов, которые в наибольшей степени способствуют устойчивому развитию сельских территорий в России и Беларуси при различающихся параметрах макроэкономической и товарной динамики. Теоретическая основа работы сформирована на пересечении концепций устойчивого территориального развития, рыночной адаптации аграрного производства, кооперации и цифровизации каналов реализации продукции. Методологическую основу составили сравнительный межстрановой анализ, динамический анализ годовых рядов, расчет кумулятивных индексов, оценка вариации производственных показателей и синтез маркетинговых профилей сельских территорий. Информационная база исследования включает открытые данные Межгосударственного статистического комитета Содружества Независимых Государств, Евразийской экономической комиссии, Федеральной службы государственной статистики России и Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2023–2025 годы. В качестве ключевых индикаторов использованы индекс продукции сельского хозяйства, индекс физического объема оборота розничной торговли, индекс потребительских цен и экспорт товаров. Установлено, что российская модель устойчивости сельских территорий в большей степени зависит от инструментов сглаживания колебаний предложения, цифрового планирования продаж, диверсификации каналов реализации и контрактного сбыта, поскольку производственная динамика и внешнеторговые результаты отличаются повышенной волатильностью. Белорусская модель демонстрирует более ровную траекторию производства, более устойчивое расширение внутреннего потребительского рынка и умеренную ценовую динамику, что усиливает значение территориального брендинга, локальной переработки, интеграции производителей в региональные торговые сети и продвижения продукции происхождения. Научная новизна исследования состоит в построении сопоставимой маркетинговой рамки анализа устойчивого развития сельских территорий на основе открытых макро- и мезоуровневых показателей двух стран. Полученные результаты могут быть использованы при разработке программ сельского развития, агромаркетинговых стратегий регионов и мер поддержки кооперативных и цифровых форм сбыта.

Ключевые слова: маркетинг, устойчивость, сельские территории, агропроизводство, кооперация, цифровизация.

MARKETING MECHANISMS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX: AN EMPIRICAL STUDY BASED ON OPEN DATA FROM RUSSIA AND BELARUS**E.S. Kulikova, M.I. Lvova**

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, email: e.s.kulikova@inbox.ru

Abstract. Sustainable rural development is determined not only by the production potential of agriculture, but also by the quality of market organization, the depth of producers' integration into distribution channels, the resilience of consumer demand, and the ability of local rural economies to adapt to price and trade fluctuations. The purpose of this study is to identify the marketing mechanisms that most strongly support sustainable rural development in Russia and Belarus under different patterns of macroeconomic and commodity dynamics. The theoretical foundation combines the concepts of sustainable territorial development, market adaptation of agricultural production, cooperative interaction, and digital transformation of distribution channels. The methodological framework includes comparative cross-country analysis, dynamic analysis of

annual series, cumulative index calculations, variation assessment for production indicators, and synthesis of marketing profiles of rural territories. The empirical base consists of open data from the Interstate Statistical Committee of the Commonwealth of Independent States, the Eurasian Economic Commission, the Federal State Statistics Service of Russia, and the National Statistical Committee of the Republic of Belarus for 2023–2025. The key indicators are the agricultural production index, the volume index of retail trade turnover, the consumer price index, and exports of goods. The results show that the Russian model of rural sustainability is more dependent on mechanisms that smooth supply fluctuations, digital sales planning, diversification of distribution channels, and contract-based marketing, because production dynamics and export results are more volatile. The Belarusian model demonstrates a more even production trajectory, more stable expansion of the domestic consumer market, and a more moderate price environment, which increases the importance of territorial branding, local processing, integration of producers into regional trade networks, and promotion of products linked to origin. The scientific contribution of the study lies in the construction of a comparable marketing framework for analysing sustainable rural development through open macroeconomic and mesoeconomic indicators from two countries. The findings make it possible to connect production stability, consumer demand, inflation pressure, and external sales opportunities within a single analytical model. The practical significance of the study lies in the possibility of using the proposed approach for designing rural development programmes, regional agri-marketing strategies, and support measures for cooperative, local, and digital sales formats in the agro-industrial sector.

Keywords: *marketing, sustainability, rural territories, agriproduction, cooperation, digitalization.*

Дата поступления статьи в редакцию: 10.03.2026

Дата принятия статьи в печать: 27.04.2026

Введение

Сельская территория сегодня выступает не только пространством аграрного производства, но и сложной социально-экономической системой, в которой переплетаются занятость, локальная переработка, транспортная доступность, потребительская инфраструктура, качество среды проживания и способность хозяйствующих субъектов удерживать рынок. В этой логике устойчивость определяется не изолированным объемом выпуска, а тем, насколько произведенная продукция встроена в устойчивые каналы реализации и насколько сами территории способны превращать производственный потенциал в доход, занятость и инвестиционную привлекательность. В традиционных исследованиях устойчивого развития сельских территорий преобладают либо социально-демографические, либо производственно-отраслевые трактовки. Такой подход сохраняет аналитическую ценность, но недостаточно раскрывает рыночную природу устойчивости. Между тем именно маркетинговые механизмы все чаще становятся связующим звеном между производством и территориальным развитием. Если сельский производитель зависит от случайного спроса, длинной логистики и нестабильных цен, то даже при приемлемом урожае устойчивость территории остается низкой. Если же формируются кооперативные цепочки, локальные торговые сети, цифровые каналы продаж, контрактация, переработка и территориальные бренды, то сельская территория получает возможность превращать выпуск продукции в более предсказуемый экономический результат.

Особую научную и практическую значимость приобретает сопоставление России и Беларуси. Обе страны имеют выраженную аграрную специализацию ряда регионов, существенную роль государства в регулировании аграрных рынков, развивающиеся интеграционные связи и значимый массив открытых статистических данных. Одновременно модели рыночной организации отличаются. Для России характерны более крупный масштаб рынка, заметная роль маркетинговых инструментов, пространственная неоднородность логистики, высокая региональная дифференциация и большая чувствительность к колебаниям внешнего спроса. Для Беларуси более типичны высокая плотность организационных связей, значимость региональных торговых форматов, более тесное сопряжение переработки и сырьевой базы, а также более компактная пространственная конфигурация рынка. Такое сопоставление позволяет увидеть не общие декларации о сельском развитии, а конкретные различия в механизмах рыночной устойчивости. Постановка проблемы заключается в том, что в научной литературе маркетинг сельских территорий часто рассматривается фрагментарно. В одних работах внимание сосредоточено на брендинге территории, в других – на цифровизации сбыта, в третьих – на кооперации или сельском туризме. При этом редко формируется единая эмпирическая рамка, позволяющая связать динамику про-

изводства, розничного спроса, инфляционной среды и внешних каналов реализации. Без такой рамки трудно понять, какие именно механизмы следует считать приоритетными: расширение маркетплейсов, развитие локальной переработки, кооперативный сбыт, контрактные отношения с торговыми сетями, экспортное продвижение или гибридные модели.

Научная новизна настоящей статьи состоит в том, что устойчивое развитие сельских территорий рассматривается через маркетинговую оптику как результат взаимодействия четырех блоков: стабильности аграрного предложения, емкости и динамики внутреннего потребительского рынка, ценовой среды и устойчивости внешних каналов сбыта. Такой подход позволяет перейти от описания отдельных инструментов к их системной увязке. В исследовании используются открытые сопоставимые данные за 2023–2025 годы, что дает возможность проследить не статическое состояние, а недавнюю динамику в условиях меняющейся макроэкономической конъюнктуры. Официальные источники подтверждают значения сельскохозяйственной динамики, розничной торговли, инфляции и экспортных показателей, положенные в основу сравнительного анализа.

В этих условиях исследование маркетинговых механизмов устойчивого развития сельских территорий приобретает прикладной характер. Его результаты важны для органов управления агропромышленным комплексом, региональных администраций, кооперативов, перерабатывающих предприятий и платформенных посредников. Для одних территорий приоритетом становится снижение рыночных рисков через контрактацию и кооперацию, для других – углубление переработки, территориальный бренд и локальная сеть продаж, для третьих – цифровые омниканальные модели. Сопоставление России и Беларуси позволяет не просто выявить различия, а показать, какие комбинации маркетинговых инструментов соответствуют разным типам макроэкономической среды и разной динамике сельского рынка.

О. Е. Акимова, С. К. Волков и И. М. Кузлаева рассматривают концепцию умной деревни как способ соединения цифровых инструментов, инфраструктурного обновления и социальной устойчивости сельского пространства, подчеркивая, что технологическая модернизация должна быть встроена в локальную экономику, а не существовать отдельно от нее [1]. Т. А. Афанасьева предлагает методику устойчивого развития сельских территорий региона, в которой особое значение получает согласование экономических, социальных и пространственных параметров, что задает основу для многофакторной оценки территориальной устойчивости [2]. А. Х. Блиева развивает эту линию, акцентируя необходимость анализа взаимосвязей между факторами устойчивости, что позволяет перейти от перечня индикаторов к объяснению причинной структуры территориального развития [3]. И. В. Борзунов, В. В. Калицкая и О. А. Рыкалина показывают, что современная экономика агропромышленного комплекса России функционирует в условиях повышенной чувствительности к внешним ограничениям и структурным сдвигам, а значит, устойчивость должна рассматриваться вместе с вопросами рыночной адаптации и перенастройки каналов реализации [4]. Л. В. Коваленко, К. Д. Кокурина и Т. Р. Романов обращают внимание на практические аспекты инструментального исследования сельских территорий и подчеркивают, что прикладные методы оценки должны опираться на сопоставимые измеримые показатели [5]. В. В. Козлов, анализируя социальный аспект устойчивого развития сельских территорий, показывает, что устойчивость не сводится к выпуску продукции, а связана с качеством занятости, условий жизни и закреплением населения [6]. Е. С. Куликова, В. В. Сулимин и В. В. Шведов рассматривают цифровую трансформацию аграрного рынка и роль маркетплейсов как факторов экономической устойчивости, фактически перенося дискуссию из плоскости производственной эффективности в сферу современной организации сбыта [7]. О. И. Курлыков подчеркивает значение регионального уровня управления устойчивым развитием сельских территорий и показывает, что пространственная неоднородность требует различающихся инструментов поддержки [8]. Т. И. Наседкина, А. И. Черных и И. А. Демешева связывают устойчивость сельских территорий с положением аграрного сектора в национальной экономике, подчеркивая его роль как базовой платформы для воспроизводства доходов и занятости [9].

М. С. Петухова и Т. А. Афанасьева рассматривают стратегическое развитие сельских территорий через призму долгосрочной устойчивости, что важно для понимания маркетинговых механизмов как не разовых мер, а элементов устойчивой стратегии [10]. С. Н. Полбицын убедительно показывает, что предпринимательство является одним из ключевых носителей устой-

чивого развития сельских территорий, поскольку именно предпринимательские структуры связывают локальные ресурсы и рыночный спрос [11]. А. Г. Сарафанова и А. А. Сарафанов, анализируя сельский туризм, демонстрируют, что территориальный маркетинг способен формировать дополнительный поток доходов и усиливать узнаваемость сельской территории за пределами собственно аграрного производства [12]. А. В. Сарсадских и Н. А. Эйриян дают обзор цифровых технологий, применимых в агропромышленном комплексе России, и тем самым расширяют набор инструментов, которыми сельские территории могут пользоваться для планирования, продвижения и логистики [13]. А. А. Солдатов, И. Г. Генералов и С. Н. Завиваев предлагают модель управления устойчивым развитием сельского хозяйства и сельской территории региона, в которой просматривается важная мысль о необходимости согласованности отраслевой и территориальной политики [14]. М. В. Табаев акцентирует особенности устойчивого развития сельских территорий, обращая внимание на структурную неоднородность сельского пространства и различие траекторий развития даже в рамках одной страны [15].

В. И. Тихий и О. В. Корева исследуют трансформацию сельского расселения и показывают, что пространственные изменения прямо влияют на доступность услуг, логистику и параметры экономической устойчивости, а значит, затрагивают и маркетинговую конфигурацию территории [16]. И. Г. Ушачев формулирует новую парадигму социально-экономического развития сельских территорий, где устойчивость понимается как системное качество, основанное на воспроизводстве ресурсов, инфраструктуры и человеческого капитала [17]. А. Б. Ярлыкапов и Д. А. Шутков завершают этот исследовательский контур идеей комплексного подхода, согласно которой устойчивое развитие требует одновременного учета экономических, социальных, инфраструктурных и управленческих факторов [18]. В совокупности рассмотренные работы формируют теоретическую основу настоящего исследования, но оставляют пространство для более строгой эмпирической увязки макроэкономической динамики и маркетинговых механизмов устойчивости сельских территорий.

Цель исследования

Цель исследования состоит в выявлении и сравнительной интерпретации маркетинговых механизмов, обеспечивающих устойчивое развитие сельских территорий в России и Беларуси на основе открытых сопоставимых данных о динамике сельскохозяйственного производства, внутреннего потребительского рынка, ценовой среды и внешних каналов реализации.

Для достижения этой цели решаются три взаимосвязанные задачи: во-первых, оценивается, как различия в динамике аграрного выпуска и розничного рынка влияют на конфигурацию сбыта; во-вторых, анализируется роль инфляционной среды и экспортной динамики в формировании маркетинговых ограничений; в-третьих, синтезируется сравнительный профиль маркетинговой устойчивости сельских территорий двух стран.

Материал и методы исследования

Эмпирическую базу исследования составили официальные открытые данные за 2023–2025 годы. В качестве основного временного окна выбран трехлетний период, позволяющий сопоставить не только уровни показателей, но и краткосрочную траекторию их изменения. По России и Беларуси использованы четыре группы индикаторов: индекс продукции сельского хозяйства в процентах к предыдущему году; индекс физического объема оборота розничной торговли в процентах к предыдущему году; индекс потребительских цен, рассчитанный как декабрь к декабрю предыдущего года, в процентах; экспорт товаров в миллиардах долларов США. Данные по сельскохозяйственной динамике за 2023–2024 годы сопоставлены по ежегодным публикациям Евразийской экономической комиссии, а оперативные итоги 2025 года – по ежемесячному аналитическому обзору основных социально-экономических показателей Евразийского экономического союза. Данные по ценам, розничной торговле и экспорту в разрезе стран опираются на открытые страницы Межгосударственного статистического комитета Содружества Независимых Государств и национальные статистические публикации. При этом для внешней торговли учитывалось, что Евразийская экономическая комиссия с итогов января–февраля 2022 года не публикует открытые по странам объемы внешней торговли товарами, поэтому по этому блоку использованы открытые страновые ряды Статкомитета Содружества Независимых Государств.

Методологически исследование основано на сравнительном и динамическом анализе. Сначала проводится попарное межстрановое сопоставление годовых индексов, что позволяет выя-

вить различия между более волатильной и более ровной траекториями. Затем рассчитываются производные показатели: среднее значение индекса за период, диапазон колебаний, коэффициент вариации для индекса сельскохозяйственного производства, кумулятивный индекс расширения розничного рынка и кумулятивный индекс ценового давления. Такой набор метрик позволяет оценивать устойчивость не только как наличие роста, но и как степень предсказуемости экономической среды.

Результаты исследования

Для выявления маркетинговых механизмов устойчивого развития сельских территорий необходимо сначала сопоставить два базовых контура: динамику аграрного предложения и динамику внутреннего потребительского рынка. Сельская территория не может считаться устойчивой, если производство демонстрирует сильные колебания, а рынок сбыта не обеспечивает достаточной емкости и предсказуемости. Поэтому в таблице 1 объединены показатели индекса продукции сельского хозяйства и индекса физического объема оборота розничной торговли.

Таблица 1

Динамика аграрного предложения и внутреннего потребительского рынка в России и Беларуси, 2023–2025 гг.

Страна	Индекс продукции сельского хозяйства, 2023, %	2024, %	2025, %	Индекс физического объема оборота розничной торговли, 2023, %	2024, %	2025, %
Россия	100,2	96,7	104,9	108,0	107,7	102,6
Беларусь	101,1	103,4	100,2	108,2	112,2	106,6

Источник: составлено автором по данным [19–22]

Сопоставление данных таблицы 1 показывает, что российская и белорусская модели устойчивости сельских территорий различаются уже на уровне базовой рыночной конфигурации. В России индекс продукции сельского хозяйства изменялся по траектории 100,2; 96,7; 104,9, то есть после фактически нейтрального 2023 года последовал спад в 2024 году на 3,3 пункта относительно порога простого воспроизводства, а затем восстановление в 2025 году на 8,2 пункта относительно минимума предыдущего года. Диапазон колебаний составил 8,2 пункта, что указывает на повышенную изменчивость предложения. В Беларуси значения 101,1; 103,4; 100,2 формируют более сглаженную траекторию, а диапазон колебаний равен 3,2 пункта. Даже кумулятивный производственный результат за период оказывается различным: в России произведенный индексный эффект составляет 101,6 % к уровню 2022 года, тогда как в Беларуси – 104,8 %. Это означает, что для российских сельских территорий устойчивость сильнее зависит от механизмов сглаживания предложения: кооперативного сбыта, цифрового планирования продаж, договорных поставок и распределительных сетей. По розничному рынку различия менее драматичны, но для маркетинговой стратегии они не менее важны. В России индексы 108,0; 107,7; 102,6 отражают последовательное замедление роста. В Беларуси значения 108,2; 112,2; 106,6 показывают не только более высокий пик в 2024 году, но и сохранение более высокой скорости расширения рынка в 2025 году. Кумулятивно розничный рынок России за три года вырос на 19,3 %, тогда как Беларуси – на 29,4 %. Следовательно, в Беларуси внутренний спрос создает более благоприятные условия для локального продвижения, развития региональных торговых форматов и привязки сельской продукции к территории происхождения. В России же сочетание волатильного предложения и замедляющегося розничного роста делает более оправданной омниканальную модель, в которой офлайн-розница дополняется маркетплейсами, прямыми продажами и межрегиональной кооперацией. Тем самым таблица 1 подтверждает, что устойчивое развитие сельских территорий определяется не только урожаем и выпуском, но и характером внутреннего рынка, который либо абсорбирует локальную продукцию, либо требует более сложной архитектуры сбыта.

Следующий аналитический шаг связан с оценкой ценовой среды и внешних каналов реализации. Даже при приемлемой комбинации производства и розничного спроса устойчивость сельской территории может ослабляться инфляционным давлением и нестабильностью экспортных потоков (таблица 2).

Таблица 2

Ценовая среда и внешние каналы реализации в России и Беларуси, 2023–2025 гг.

Страна	Индекс потребительских цен, 2023, %	2024, %	2025, %	Экспорт товаров, 2023, млрд долл. США	2024, млрд долл. США	2025, млрд долл. США
Россия	107,42	109,52	105,59	425,3	433,9	418,3
Беларусь	105,84	105,16	106,83	39,8	40,3	41,4

Источник: составлено авторами по: [19, 20, 24, 25]

Результаты таблицы 2 показывают, что ценовое и внешнеторговое измерения устойчивости также формируют две разные маркетинговые модели. В России индекс потребительских цен составил 107,42 в 2023 году, 109,52 в 2024 году и 105,59 в 2025 году. Это означает, что наиболее напряженной ценовая среда была в 2024 году, а накопленный трехлетний инфляционный фактор достиг примерно 124,2 % к уровню конца 2022 года. В Беларуси соответствующие значения 105,84; 105,16; 106,83 формируют более мягкую траекторию, а накопленный фактор равен примерно 118,9 %. Разница в 5,3 процентного пункта между кумулятивными ценовыми эффектами важна не сама по себе, а в контексте маркетингового управления. Для российских сельских территорий она означает более высокую потребность в гибком ценообразовании, частом пересмотре закупочных и отпускных цен, сокращении логистического плеча и более жестком контроле упаковочных и транспортных издержек. Для Беларуси ценовая среда в среднем стабильнее, что позволяет делать больший акцент на стандартизации ассортимента, развитии локальных брендов и удержании длинных контрактных отношений. По внешним каналам реализации различия иные. В России экспорт товаров вырос с 425,3 млрд долл. США в 2023 году до 433,9 млрд долл. США в 2024 году, но затем снизился до 418,3 млрд долл. США в 2025 году. Таким образом, изменение 2025 года к 2023 году составило минус 1,6 %. В Беларуси наблюдался плавный рост: 39,8; 40,3; 41,4 млрд долл. США, что соответствует приросту около 4,0 % за период. Для сельских территорий это означает разную маркетинговую логику. Российская модель опирается на крупный экспортный масштаб, но требует диверсификации рынков, устойчивой логистики и более развитых механизмов страхования внешних шоков. Белорусская модель характеризуется меньшим масштабом, но более ровной динамикой, а значит, лучше приспособлена к развитию стабильных нишевых каналов, продвижению переработанной продукции и укреплению экспортной идентичности происхождения. Иначе говоря, при одинаковой важности сбыта за пределами локального рынка способы обеспечения этой устойчивости различаются: в России важнее гибкость и распределение рисков, в Беларуси – последовательность и специализация. Синтез результатов требует перехода от отдельных индикаторов к целостному профилю маркетинговой устойчивости (таблица 3).

Итоговый профиль демонстрирует, что устойчивое развитие сельских территорий в двух странах не может обеспечиваться одинаковым набором маркетинговых инструментов. В России средний аграрный индекс за период равен 100,6 %, но коэффициент вариации 3,34 % указывает на заметно более высокую нестабильность предложения. При этом розничный рынок за три года расширился на 19,3 %, что меньше белорусского результата, а накопленное ценовое давление достигло 124,2 %. Одновременно экспорт к 2025 году оказался ниже уровня 2023 года. Такая комбинация означает, что маркетинговая устойчивость российских сельских территорий зависит прежде всего от способности снижать рыночные риски: объединять производителей в кооперативные и распределительные структуры, закреплять сбыт контрактами, использовать цифровые инструменты прогнозирования спроса и сочетать несколько каналов реализации. Для Беларуси картина иная. Средний аграрный индекс 101,6 % сочетается с коэффициентом вариации 1,33 %, что отражает более ровную производственную базу. Розничный рынок вырос на 29,4 %, накопленный ценовой фактор ниже, а экспорт демонстрирует положительную динамику. В этих условиях сельские территории получают более прочную основу для территориального брендинга, локальной переработки, продвижения продукции происхождения и включения мелких и средних производителей в устойчивые региональные торговые форматы. Следовательно, ключевой вывод состоит в том, что маркетинговые механизмы устойчивого развития должны подбираться не по универсальному шаблону, а по конфигурации открытых макро- и мезоэкономических параметров каждой страны.

**Сводный профиль маркетинговой устойчивости сельских территорий
России и Беларуси, 2023–2025 гг.**

Страна	Средний индекс продукции сельского хозяйства, %	Коэффициент вариации аграрного индекса, %	Кумулятивный индекс розничного рынка за 2023–2025 гг., % к 2022 г.	Кумулятивный индекс потребительских цен за 2023–2025 гг., % к 2022 г.	Изменение экспорта 2025 г. к 2023 г., %	Доминирующая маркетинговая конфигурация
Россия	100,6	3,34	119,3	124,2	-1,6	Кооперация, контрактный сбыт, цифровое планирование, омниканальные продажи
Беларусь	101,6	1,33	129,4	118,9	4,0	Территориальный бренд, локальная переработка, интеграция в региональные сети, нишевой экспорт

Источник: расчеты автора по данным Таблиц 1 и 2.

Заключение

Проведенное исследование показало, что устойчивое развитие сельских территорий в агропромышленном комплексе целесообразно анализировать через маркетинговую рамку, объединяющую стабильность аграрного предложения, динамику внутреннего спроса, ценовую среду и внешние каналы реализации. Такой подход позволяет уйти от узкого понимания устойчивости как функции объемов производства и перейти к интерпретации сельской территории как рыночной системы, в которой воспроизводство зависит от качества каналов сбыта, способности удерживать доход и адаптироваться к макроэкономическим колебаниям.

Сравнение России и Беларуси на базе открытых данных за 2023–2025 годы выявило две различающиеся конфигурации маркетинговой устойчивости. Для России характерно сочетание более волатильной производственной динамики, замедляющегося роста розничного рынка, более высокой накопленной инфляционной нагрузки и менее устойчивой экспортной траектории. Это делает приоритетными инструменты кооперации, контрактного сбыта, цифрового планирования продаж и омниканального распределения. Для Беларуси типична более ровная производственная динамика, более сильное расширение внутреннего потребительского рынка, более умеренное ценовое давление и плавный рост экспорта. В такой среде большую отдачу дают территориальный брендинг, локальная переработка, продвижение продукции происхождения и интеграция производителей в устойчивые региональные торговые сети.

Литература

1. Акимова О.Е., Волков С.К., Кузлаева И.М. Концепция «умная деревня» и сельские территории России // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2021. № 4. С. 117–135. EDN: TSAMTQ.
2. Афанасьева Т.А. Методика устойчивого развития сельских территорий региона // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7, № 3. DOI: 10.55186/2413046X_2022_7_3_154 EDN: MDNMGW.
3. Блиева А.Х. Методика анализа и оценки взаимосвязи факторов устойчивого развития сельских территорий // АПК: экономика, управление. 2025. № 2. С. 97–102. DOI: 10.33305/2502-97 EDN: FSGNON.
4. Борзунов И.В., Калицкая В.В., Рыкалина О.А. Экономика агропромышленного комплекса России в условиях санкций // Агропродовольственная экономика. 2025. № 2. С. 61–69. EDN: LHLKDW.
5. Коваленко Л.В., Кокурина К.Д., Романов Т.Р. Использование инструментов исследования сельских территорий: практические аспекты // Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2022. № 101. С. 30–35. DOI: 10.21515/1999-1703-101-30-35 EDN: MNUYYM.
6. Козлов В.В. Социальный аспект устойчивого развития сельских территорий России // Экономика сельского хозяйства России. 2021. № 9. С. 81–86. DOI: 10.32651/219-81 EDN: BHXQWA.

7. Куликова Е.С., Сулимин В.В., Шведов В.В. Цифровая трансформация агрорынка: факторы экономической устойчивости и роль маркетплейсов в развитии АПК // Международный сельскохозяйственный журнал. 2025. № 5(407). С. 572-576. DOI: 10.55186/25876740_2025_68_5_572 EDN: IZRUNT.
8. Курлыков О.И. Формирование устойчивого развития сельских территорий на региональном уровне // Самара АгроВектор. 2025. Т. 5, № 4. С. 39-47. DOI: 10.55170/2949-3536-2025-5-4-39-47 EDN: CQZANS.
9. Наседкина Т.И., Черных А.И., Демешева И.А. Аграрный сектор экономики России в основе устойчивого развития сельских территорий // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2024. № 12. С. 79-85. DOI: 10.31442/0235-2494-2024-0-12-79-85 EDN: QVYUHN.
10. Петухова М.С., Афанасьева Т.А. Сельские территории: стратегическое развитие и устойчивость // АПК: экономика, управление. 2022. № 1. С. 78-84. DOI: 10.33305/221-78 EDN: WKHGJH.
11. Полбицын С.Н. Роль предпринимательства в устойчивом развитии сельских территорий России // Экономика региона. 2021. Т. 17, № 2. С. 619-631. DOI: 10.17059/ekon.reg.2021-2-19 EDN: SNELWS.
12. Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А. Сельский туризм: тренд 2022 года в России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. 2023. № 1. С. 54-62. DOI: 10.17308/geo/1609-0683/2023/1/54-62 EDN: UTTNVU.
13. Сарсадских А.В., Эйриян Н.А. Обзор цифровых технологий для внедрения в агропромышленный комплекс России // Агропродовольственная экономика. 2025. № 2. С. 7-16. EDN: OQDCER.
14. Солдатов А.А., Генералов И.Г., Завиваев С.Н. Модель управления устойчивым развитием сельского хозяйства и сельской территории региона // Инновационное развитие экономики. 2022. № 5(71). С. 163-168. DOI: 10.51832/2223798420225163 EDN: EYEYZT.
15. Табаев М.В. Особенности устойчивого развития сельских территорий // Научные записки НГУЭУ. 2023. № 3. С. 13-18. EDN: GYDCCB.
16. Тихий В.И., Корева О.В. Трансформация сельского расселения и устойчивость развития сельских территорий в регионе // ИнтерКарто. ИнтерГИС. 2021. Т. 27, № 4. С. 232-243. DOI: 10.35595/2414-9179-2021-4-27-232-243 EDN: JYPLQ.
17. Ушачев И.Г. Сельские территории: новая парадигма социально-экономического развития. Часть 2 // Стандарты и качество. 2021. № 8. С. 94-96. EDN: YDRLZH.
18. Ярлыкапов А.Б., Шутков Д.А. Комплексный подход к устойчивому развитию сельских территорий // Вестник Национального Института Бизнеса. 2025. № 2(58). С. 376-384. EDN: XYCVVV.
19. Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств. Российская Федерация: основные социально-экономические показатели. [Электронный ресурс]. URL: <https://new.cisstat.org/web/rus/russia> (дата обращения: 19.03.2026).
20. Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств. Республика Беларусь: основные социально-экономические показатели. [Электронный ресурс]. URL: <https://new.cisstat.org/web/rus/belarus> (дата обращения: 19.03.2026).
21. Евразийская экономическая комиссия. Международные сравнения. Сельское хозяйство: статистический ежегодник Евразийского экономического союза, 2025. [Электронный ресурс]. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/iblock/54e/mhn0s0hq62axyhlx1dt3wmrimi52v87o/Agriculture_Statistics_Yearbook_2025.pdf (дата обращения: 19.03.2026).
22. Евразийская экономическая комиссия. Об основных социально-экономических показателях государств - членов Евразийского экономического союза. Январь - декабрь 2025 года. [Электронный ресурс]. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/files/dep_stat/econstat/analytics/indicators2025_12.pdf (дата обращения: 19.03.2026).
23. Федеральная служба государственной статистики. Сельское хозяйство в России. Приложение к сборнику (информация в разрезе субъектов Российской Федерации). [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Pril_sb_S-x_2025.xlsx (дата обращения: 19.03.2026).
24. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2025. [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_152615/ (дата обращения: 19.03.2026).
25. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Беларусь в цифрах, 2025. [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_148854/ (дата обращения: 19.03.2026).