**Интернет-маркетинг на рынке продукции сельского хозяйства Китая**

***Мэн Сянцю***

*Студент (магистр)*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Институт русского языка и культуры, Москва, Россия*

*E-mail:* [*1713184295@qq.com*](mailto:1713184295@qq.com)

1. Традиционная внутренняя торговля сельскохозяйственной продукции обычно предполагает, что продукция закупается оптом региональными компаниями у фермеров-производителей, а затем продается.

В этой работе в качестве объекта исследования используется сорт яблок "Pulp Water", из провинции Хэбэй. Яблоки "Pulp Water"(далее – «PW») – это превосходный сорт, выращенный известным китайским агрономом, профессором Ли Баогуо. Климат на производственной площадке подходящий, а площадь посадок яблонь большая.

В прошлом фермеры продавали яблоки, но не напрямую потребителям, а через оптовые компании, занимающиеся оптовой продажей фруктов. Оптовики покупали фермерскую продукцию по низким закупочным ценам. При этой модели оптовых продаж фермеры не могли напрямую связаться с рынком, а их прибыль была небольшой. В условиях низкой прибыльности и сложности сельскохозяйственного производства – большие трудовые затраты, частые неблагоприятные климатические особенности – многие фермеры разорялись. Кроме того, в рамках традиционной модели продаж было трудно создать бренд продукта, подчеркнуть особенность сорта конкретного производителя. Оптовики обычно продают, например, яблоки разного происхождения и сорта на рынке в одно и то же время, без особой рекламы, что затрудняет потребителям сделать более продуманный выбор продукции. Фермерам-производителям трудно напрямую влиять на потребителей, на их выбор, на цены на свой продукт.

Таким образом, традиционная модель торговли сельскохозяйственной продукции не способствовала получению фермерами большей прибыли, созданию эффекта бренда сельскохозяйственной продукции и нуждалась в улучшении, чтобы сформировать нормальные для фермеров условия ведения бизнеса.

2. Онлайн-торговля продуктами сельского хозяйства – выгодна для всех участников рынка. Методы онлайн-продаж с помощью Интернета помогают потребителям лучше удовлетворять свои потребности, а фермерам-производителям – быстрее продавать сельскохозяйственную продукцию и получать хорошую прибыль.

Потребители покупают сельскохозяйственную продукцию в онлайн-магазинах прямых продаж, и с помощью удобной сети экспресс-доставки продукты доставляются домой как можно быстрее. Товар приходит в дом потребителя быстро и удобно для покупателя. Именно поэтому необходимо создавать прямые продажи сельскохозяйственной продукции в онлайн-торговых центрах. Это помогает фермерам напрямую контактировать с потребителями, создавать стабильные каналы привлечения покупателей, расширять рынок сбыта продукции и получать больше прибыли.

Для онлайн-продаж нет необходимости в магазине, потому что продавец может продавать товар самостоятельно. С помощью социальных сетей в процессе онлайн-продаж могут формироваться онлайн-клубы для целевых групп пользователей, что способствует созданию и распространению репутации бренда.

Для организации онлайн-торговли, согласно методу SWOT-анализа, важно определить преимущества товара, в частности бренда «Яблоки PW»: они богаты различными микроэлементами, которые могут помочь повысить иммунитет организма таких целевых групп, как больные люди, пожилые люди и дети. Эта информация помогает найти большее количество потребителей. Таким образом, онлайн – маркетинг позволяет сократить расходы на продажу продукции, укрепить позиции бренда.

3. Создание бренда «Яблоки PW» - важное направление работы производителей. Им нужно выгодно преподнести потребителю качества самого яблока и среду его происхождения. «Яблоки PW», в частности, выращиваются в горах Тайхан с очень хорошим климатом. Здесь производятся не только яблоки, но и множество других фруктов и сельскохозяйственных продуктов. Сам район производства яблок расположен в окрестностях города, до которого можно добраться за 1 час на машине. Это говорит о том, что «Яблоки PW» – производятся в экологически чистом регионе страны.

Важным является и то, что «Яблоки PW» имеют ряд наград в регионе, что может снизить трудности с рекламой при первоначальном создании бренда.

Яблоки могут иметь специальную упаковку с информацией о месте производства, местных особенностях и т.д. Это и, конечно же, отличное качество самого продукта помогут сформировать имидж бренда.

Кроме того, указанный район выращивания яблок – это привлекательное туристические направления, которые можно продвигать.

4. Район производства яблок «PW» можно превратить в производственно-туристический кластер. Ведь туристические ресурсы района производства яблок "Pulp Water" – очень богаты. Благодаря продаже бренда «Яблоки PW» можно популяризировать и район, само место происхождение сорта, привлечь потребителей, которые любят путешествовать и собирать яблоки. На этой основе возможно создание туристического комплекса, включающего производство яблок PW – туризм и сбор сельскохозяйственной продукции – развитие гостиничного бизнеса и расширение краткосрочной аренды жилья – торговлю и т.д. Обычно потребители предпочитают покупать местные фирменные продукты в качестве сувениров и подарков, и «Яблоки PW» подойдут как подарочный атрибут.

5. Важным направлением работы по созданию бренда «Яблоки PW» является развитие маркетинговой стратегии, большую роль в которой играет Интернет. С его помощью можно расширить круг потенциальных потребителей, распространять рекламные статьи о бренде «Яблоки PW», создать интернет-магазин, которым будут управлять сельскохозяйственные производители, их кооперативы. Это позволит успешнее продвигать бренд «Яблоки PW», увеличит свободу сельских производителей в вопросах ценообразования.

К настоящему времени все больше и больше сельскохозяйственной продукции стало продаваться через Интернет, стал использоваться метод открытых торгов, прямой трансляции, чтобы сделать продажу сельскохозяйственной продукции более удобной и обеспечить ее быструю транспортировку с поля к столу.