

Симантовская А.А

*Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В Федина**Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23***Анализ российского рынка розничной торговли продовольственных товаров**

Оценка рынков является сейчас особенно важной и значимой для изучения проблем работы экономических агентов. Особое место занимает отрасль розничной торговли продуктами питания. Сама по себе розничная торговля находится на финальном этапе процесса товародвижения, где продукт обретает своего конечного потребителя. Развитая сеть розничных торговых предприятий способна стимулировать спрос, за счет увеличения числа возможных потенциальных потребителей с выставленным на полках товаром.

В настоящее время в России процессы торговли продуктами питания достаточно изменчивы и спорны. С переходом российской экономики к рыночным формам хозяйствования, предприятия, осуществляющие розничную торговлю продуктами питания, в основном работают в качестве компаний с частной собственностью.

Доля розничной торговли продуктами питания (с учетом алкогольной и табачной продукции) в 2019 г. составляет около 50%. При этом в 2019 году произошло увеличение объемов продаж продовольственных продуктов в общей структуре розничных продаж. Такая же ситуация наблюдалась на рынке в 2012 году, таблица 1.

Таблица 1 - Оборот розничной торговли в РФ за 2012 – 2019гг.

Показатель	Год							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего, трлн. руб.	13,93	14,62	16,50	19,12	21,41	23,75	26,26	27,58
Продукты питания, включая напитки, табачные изделия, трлн. руб.	6,52	7,11	8,01	9,13	9,94	11,17	12,34	13,45
Доля продуктов питания (включая напитки и табачные изделия) в обороте розничной торговли, %	46	48	47	46	46	46	46	48

Как видно из таблицы 1, за рассмотренный период наблюдается уменьшение темпов роста оборота розничной торговли, в его стоимостном выражении. Так в 2013-2017 гг., в среднем прирост составлял 12,5% в год, а в 2019 году оборот розничной торговли в России вырос лишь на 4,5%. Это говорит об ухудшении оборотов розничной торговли.

Наиболее значимой особенностью российского рынка розничных продаж является значительная дифференциация по территориальным субъектам. В большей мере это проявляется на уровне статистических данных по федеральным округам государства, таблица 2.

Таблица 2- Динамика оборота розничной торговли на душу населения в разрезе субъектов РФ за 2014 – 2019 гг., тыс. руб.

Субъекты РФ	Год					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Центральный федеральный округ	145,0	165,3	181,8	202,4	229,9	245,7
Северо-Западный федеральный округ	111,5	123,8	141,7	159,1	171,4	185,4
Южный федеральный округ	101,0	119,8	135,1	151,2	171,0	184,2

Северо-Кавказский федеральный округ	83,2	101,2	114,7	124,4	134,3	154,2
Приволжский федеральный округ	100,3	116,2	131,4	147,1	163,2	164,4
Уральский федеральный округ	133,3	152,9	169,7	188,5	198,7	202,1
Сибирский федеральный округ	91,8	107,2	121,0	135,5	139,7	141,9
Дальневосточный федеральный округ	104,3	119,2	130,8	148,9	167,8	190,6

Из данных таблицы 3, по итогам 2019 года оборот розничной торговли на душу населения составляет от 141,9 тыс. руб. в Сибирском федеральном округе, до 245,7 тыс. руб. в Центральном федеральном округе. Разница в обороте составляет почти 70%. Приведенная статистика показывает, что наличие такого значительного разрыва в обороте является устойчивым.

Что касается структуры российского рынка розничной торговли, то она начала складываться в середине 90-х годов. Именно тогда в различных городах России появились первые супермаркеты.

По оценкам аналитиков на 31 декабря 2019 году в России лидером стал «X5», открывший 16297 магазина, торговые площади выросли на 12% по сравнению с предыдущим годом. Из общего числа точек «Пятерочка» – это 15 354 магазина (на 1832 больше, чем годом ранее), «Перекресток» – 852 (92 новых), «Карусель» – 91 (3 точки были закрыты). Общий прирост составил 1 866 магазинов, однако, это на 19,2% меньше, чем в прошлом году. Компания Магнит открыла 2 377 магазинов (1 195 магазинов «у дома», 6 супермаркетов и 1 176 магазинов дрогери). Под вывесками «Дикси», «Виктория», «Мегамаст», «Бристоль» и «Красное&Белое» в России работает более 13 тыс. магазинов. Подсчитать точную общую численность магазинов объединенной сети сложно. «Бристоль» такую информацию не предоставляет, «Красное&Белое» на запрос не ответили. «Дикси» за 2019 год сократил сеть на 48 магазинов. На 31.12.2019 2659 магазинов расположены в 739 городах и населенных пунктах Центральной России, Северо-Западного и Уральского федеральных округов, а также Калининграде и Калининградской области.

Таким образом, на основе статистических показателей, относящихся к отрасли розничной торговли продуктами питания, можно говорить об очевидной ее стагнации, связанной с кризисными явлениями в российской экономике.

Литература

1. Авдашева, С.Б. Анализ структур товарных рынков: экономическая теория и практика России: учебник / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 133 с.
2. Калинов С. И. Современные тенденции развития сетевого ритейла в России и за рубежом /С.И. Калинов // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2015. №2 (12)
3. Министерство промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>.
4. РБК+. - Режим доступа: <http://www.rbplus.ru/>.
5. Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
6. Шакланова, Р.И. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р.И. Шакланова, В.В. Юсова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 468 с.