

Федина В.В.
Морозова Ю.В.

Министерство образования и науки Российской Федерации
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
E-mail: mowozowa.dzhulija2013@yandex.ru

Анализ современного состояния рынка продовольственных товаров в России.

В статье рассматривается современное состояние рынка продовольственных товаров в России с отражением доли основных игроков данного рынка. Приведены направления совершенствования ассортимента продовольственных товаров.

Рынок продовольственных товаров имеет особое значение для абсолютно любой страны, так как он обеспечивает удовлетворение физиологических потребностей населения в продуктах питания, а также способствует укреплению здоровья и активной жизнедеятельности. Есть множество классификаций продовольственных товаров, но наиболее распространенная предусматривает их деление на 9 групп [1]:

- мясные товары;
- молочная продукция;
- рыбные товары;
- яйца и яичные товары;
- плодоовощные товары и грибы;
- сахар, мед, крахмал и кондитерские изделия;
- пищевые жиры;
- зерномучные товары;
- вкусовые товары.

На сегодняшний момент, в связи с напряженной политической обстановкой в мире и установлением определенных барьеров во внешней торговле, одним из основных направлений реализации государственной экономической политики является вопрос продовольственной безопасности.

На рынок продуктового ритейла в 2020 году оказывает негативное влияние распространение COVID-19. Конечно, это воздействие не является разрушительным, но сокращение реальных доходов населения, безусловно, снижает темп прироста оборота продуктовой розницы.

Российский продуктовый ритейл отличается высоким уровнем конкуренции (см. рис. 1).

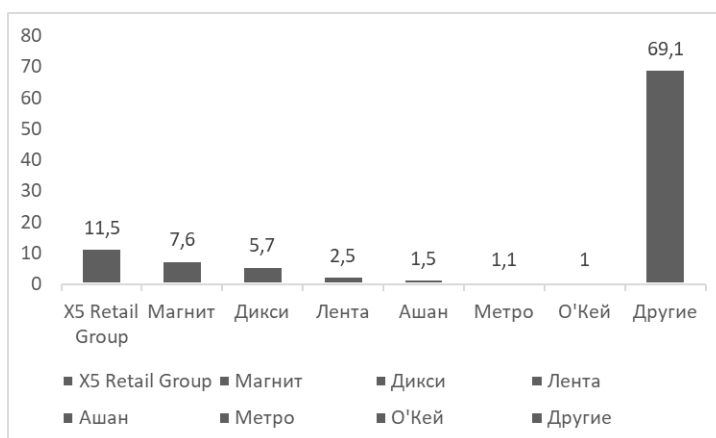


Рис. 1. Доли основных участников рынка продуктового ритейла в России в 2019 году, % [4]

Таким образом, наибольшую долю на продуктовом рынке России занимает «X5 RetailGroup» («Пятерочка», «Карусель» и Перекресток»). На втором месте, проиграв почти 4%, находится «Магнит».

Поскольку прогнозируется дальнейшее снижение покупательной способности населения, это приведет к перераспределению рыночной доли в пользу дискаунтеров. Под дискаунтером понимают магазин, имеющий широкий ассортимент товаров по ценам ниже среднерыночных[2]. Другими словами, снижение реальных доходов населения приведет к росту рыночной доли «Магнита», «Дикси» и «X5 RetailGroup» (доля магазинов «Пятерочка» в группе составляет 80 %).

В связи с тем, что прогнозируется снижение прибыли основных игроков продовольственного ритейла, необходимо рассмотреть основные направления совершенствования ассортимента продовольственных товаров:

1. Повышение биологической полноценности пищевых продуктов, то есть продовольственные товары обогащаются витаминами, жирными кислотами, аминокислотами, полноценными белками, что происходит за счет натуральных или искусственных пищевых добавок.

2. Снижение энергетической ценности продуктов питания. На сегодняшний момент культ «правильного питания» обрел большую популярность. Потребители товаров на полках магазинов ищут привычные продукты, но низкокалорийные. Это достигается, например, в молочных продуктах за счет добавления обезжиренного молока, а в кондитерских изделиях за счет снижения сахаристости и добавления пектина.

3. Обеспечение безопасности продовольственных товаров. Наравне с продуктами правильного питания большой популярностью у покупателей пользуются экологически чистые продукты, но, к сожалению, данный термин не утвержден нормативными документами, и нет допустимого уровня вредных воздействий по группам товаров. Поэтому на данный момент использование надписи «экологически чистый продукт» является просто маркетинговым ходом производителей.

4. Улучшение органолептических свойств товаров достигается также за счет использования пищевых добавок. При этом улучшаются органолептические показатели, оказывающие решающее влияние на формирование потребительских предпочтений.

Итак, обеспечение населения страны продовольственными товарами – одна из первоочередных задач государственной экономической политики. Намечившиеся в последние годы тенденции спада производства и ритейла обусловлены целым рядом обстоятельств. Проведенный анализ рынка продуктов питания указывает на присутствие в индустрии довлеющих факторов: отрицательной динамики котировок национальной валюты, зарубежных санкций. Отечественная индустрия также подвержена влиянию низкой уверенности потребителя в условиях снижения доходов [3].

Указанные направления совершенствования ассортимента способствуют его расширению и обновлению, повышению пищевой ценности и сохраняемости продовольственных товаров, а также требуют внесения в их классификацию определенных коррективов.

Литература

- 1.Брыкин А. В. Информационно-логистическая инфраструктура рынков товаров и услуг. Государственное регулирование, методы, технологии и инструменты: монография / Брыкин А.В., Голубовская В.В., Шумаев В.А. М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2016. 288 с.
2. Гончаров, В. Д. Маркетинг продовольственных товаров в России / В. Д. Гончаров. М.: Финансы и статистка, 2017. 173 с.
3. Киселева, Е.Н. Рынок продовольственных товаров: учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. В. Власова, Е. Б. Коннова. Москва: Вузовский учебник, 2019. 143 с.
4. Продуктовый ритейл: угроза снижения маржинальности: аналитический обзор [Электронный ресурс]/ Национальное рейтинговое агентство.Июнь, 2020.URL: https://www.ranational.ru/sites/default/files/Обзор%20Продуктовый%20ритейл_июнь%202020.pdf (дата обращения: 10.11.2020).