

Мелешко Николай Александрович

магистр, аспирант

АНО ВО «Институт социальных наук»

г. Москва

DOI 10.31483/r-108907

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА FMCG В НЫНЕШНИХ РЕАЛИЯХ В РОССИИ

Аннотация: в статье рассматривается направление развития рынка FMCG в России в условиях ухода иностранных брендов, импортозамещения, роста цифровизации и онлайн розничной торговли. Данные направления вносят один из ключевых вкладов в нынешние изменения рынка в целом.

Ключевые слова: товары повседневного спроса, импортозамещение, цифровизация, экспорт.

Актуальность исследуемой темы связана с тем, что рынок товаров повседневного спроса (FMCG) является ключевым сегментом розничной торговли в России, играя важную роль в экономике страны. В контексте современных вызовов, таких как глобальные изменения в торговле, импортозамещение и растущие потребительские ожидания, становится необходимым рассмотреть текущие тенденции развития рынка FMCG в России.

Рассмотрим, каковы современные тенденции в исследуемом рынке. Современный рынок FMCG (Fast moving consumer goods, товары повседневного спроса) в России, как и во всем мире, является очень конкурентным и динамичным. В условиях импортозамещения, уходе иностранных компаний и когда правительство страны ставит перед собой задачу замены импортных товаров отечественными, тенденция и путь развития отрасли становятся еще более актуальной проблемой. В данной статье мы рассмотрим основные тенденции развития рынка продовольственных товаров.

Развитие локальных рынков и продвижение региональных брендов.

Локальные бренды в России приобретают все большую популярность среди потребителей. Это связано с импортозамещением, ростом патриотических настроений и доверием к местным производителям. Ритейлеры активно развивают сотрудничество с региональными брендами, что создает новые возможности для их роста и расширения.

Глобальные торговые тенденции.

Российская продовольственная отрасль сталкивается с вызовами и возможностями в контексте импортозамещения, а также изменения потоков импорта и экспорта. Экспорт продукции, адаптирование к мировым стандартам и развитие новых рынков становятся приоритетами для отрасли. Интеграция в измененную мировую экономику требует не только соответствия качества, но и активного участия в формировании новых торговых правил. В условиях импортозамещения отечественные производители получают дополнительные возможности для конкуренции с зарубежными брендами, но также сталкиваются с растущим количеством отечественных производителей, которые также стремятся к увеличению доли рынка.

Рост цифровизации и онлайн-торговли.

Современные потребители в России проявляют увеличенный интерес к цифровым каналам покупок. Влияние интернет-торговли на рынок FMCG значительно возросло, особенно в свете событий последних лет. Потребители стали более склонными к онлайн-покупкам продуктов питания и товаров повседневного спроса. Ритейлеры активно развивают электронную коммерцию, внедряя новые технологии и сервисы для обеспечения более удобного онлайн-процесса покупок.

Также введение современных технологий, таких как интернет вещей, искусственный интеллект и аналитика данных, активно изменяет облик продовольственной отрасли. Повышение эффективности производства, улучшение логистики и обеспечение качественного контроля – основные факторы, определяющие конкурентоспособность предприятий.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по нашему исследованию. Рынок FMCG в России сталкивается с рядом вызовов и возможностей в нынешних реалиях. Основываясь на анализе текущих тенденций, можно выделить ключевые стратегии развития для компаний в этом секторе. Российские потребители становятся более информированными и требовательными, что требует от производителей и ритейлеров постоянного совершенствования. Успешное развитие требует интеграции устойчивых практик, цифровых технологий и адаптации к глобальным торговым изменениям. Эффективное взаимодействие государства, бизнеса и общества является ключевым фактором достижения устойчивого развития продовольственной отрасли.

Список литературы

1. Васильева Н.Н. Экологическая устойчивость в сельском хозяйстве: вызовы и перспективы / Н.Н. Васильева // Журнал устойчивого развития. – 2021. – №15 (2). – С. 112–128.
2. Ласенко Д.В. Российский ретейл в период пандемии / Д.В. Ласенко // In Situ. – 2022. – №1. – С. 21–25.
3. Собиров Б.Ш. Новый ретейл: аналитика лучших практик / Б.Ш. Собиров // Вестник научной мысли. – 2021. – №5. – С. 35–38. DOI 10.34983/DTPB.2021.56.70.001. EDN ADKBOI
4. Филатов Р.А. Маркетинговые стратегии на рынке FMCG / Р.А. Филатов. – М.: Кнорус, 2019. – 192 с.
5. Ipsos Consumer Trends. FMCG Trends. Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ipsos.com/sites/default/files/2019-10/ipsos_consumer_trends_russia_2019.pdf (дата обращения: 10.04.2023).