

УДК 338.1

***ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ БЫСТООБОРАЧИВАЕМЫХ ТОВАРОВ
(FMCG)***

Гусева Д.Н.

магистрант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет

институт информационных технологий, механики и оптики

Санкт-Петербург, Россия

Боркова Е.А.

к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет

институт информационных технологий, механики и оптики

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В статье проводится анализ развития рынка товаров повседневного спроса в России за 5-6 лет. Отображается зависимость темпов развития этого сегмента от вида и объема внедренных на нем инноваций. Статья исследует обратную связь между влиянием общеэкономических показателей развития страны на инновационную деятельность FMCG и стимулирующий фактор развития потребительского рынка для роста ВВП.

Приведены последние статистические данные состояния рынка товаров повседневного спроса, уровня потребления основных товаров жителями страны. Сделаны выводы о комплексном подходе бизнеса и государственной власти к созданию условий для улучшения потребительского поведения жителей России, а, следовательно, и для повышения темпов развития страны.

Ключевые слова. FMCG, рынок, инновации, потребительский рынок, товары повседневного спроса, норма потребления, социальная стабильность.

INNOVATIONS ON FAST MOVING CUSTOMER GOODS MARKET

Guseva D.N.

Undergraduate

*Saint Petersburg national research university of information technologies,
mechanics and optics*

Saint Petersburg, Russia

Borkova E.A.

Ph.D., Associate Professor

*Saint Petersburg national research university of information technologies,
mechanics and optics*

Saint Petersburg, Russia

Annotation. The article analyzes the development of the market for consumer goods in Russia for 5-6 years. Displays the dependence on the pace of development of this segment.

The article explores the relationship between the influence of general economic indicators of a country's development on FMCG innovation and the stimulating factor in the development of the consumer market for GDP growth.

The latest statistics on the state of the consumer goods market and on the needs and requirements of the population in the country are presented.

Keywords. FMCG, market, innovation, consumer market, consumer goods, consumption rate, social stability.

Потребительский рынок является ядром экономики страны, основным лакмусом и драйвером ее развития.

Аббревиатура FMCG расшифровывается как Fast Moving Consumer Goods - товары повседневного спроса или товары широкого потребления. Это изделия,

которые продаются чаще и больше всех остальных товаров, а стоят они дешево. К ним относятся:

1. Основные пищевые продукты.
2. Бытовая химия, косметика, парфюмерия.
3. Хозяйственные товары повседневного спроса, канцелярия и др.

Ориентиром успешности для всех продавцов этого рынка является частота, то есть повторяемость покупок.

Эта особенность стимулирует производителей разрабатывать и внедрять инновационные решения для выпуска новых видов товаров или совершенствовать имеющиеся.

Виды и примеры инноваций FMCG

Под понятием «инновация» подразумевают два различных способа нововведений:

1. Внедрение в производство нового продукта «в результате проведенного исследования или сделанного открытия, качественно отличного от предшествующего аналога» [4]. Это «прорывные» инновации, способные привести к существенному росту потребления новой продукции.

2. Усовершенствование прежней продукции в результате ее обновления, преобразования, замены одних элементов другими, либо дополнения уже имеющихся новыми [2].

Это «операционные инновации», приводящие не столько к росту продаж, сколько их замещению с одного вида товара на другой.

Главным драйвером рынка являются прорывные инновации. В качестве примера можно привести революцию кофейного рынка, когда в 1890 году новозеландец Дэвид Стрэнг изобрел и запатентовал растворимый кофе.

Новый вид позволил сохранить урожай зерен на длительное время, а также увеличить потребление напитка в несколько раз, благодаря более низкой стоимости его по сравнению с зерновым кофе.

Появление гранулированного растворимого кофе относится к операционным инновациям, так как новый вид лишь заменил часть продаж порошкового напитка.

Факторы, влияющие на рост рынка FMCG

В 2020 году будет актуализирована Стратегия инновационного развития Российской Федерации до 2035 гг. [5]

Большое внимание в документе следует уделить развитию рынка повседневного спроса. В условиях продолжающихся мировых кризисов, ценовой нестабильности нефтяного рынка, санкционной дискриминации России, при угрозах разрастания пандемии COVID-2019 особенную актуальность приобретает сохранение и развитие потребительского рынка. От его успешного развития зависит благополучие каждого жителя, а также стабильность и самодостаточность жизни страны в целом.

Рост этого сегмента зависит от следующих факторов [7]:

1. Увеличение доходов населения.
2. Снижение цены товаров.
3. Улучшение качества и расширение ассортимента продукции при незначительном росте ее стоимости.

К сожалению, за последние пять лет увеличения реальных доходов граждан России не происходит, и как следствие, не растет оборот розничной торговли.



Рисунок 3. Реальные доходы населения в России

Источник: [6]

Снижения стоимости товаров и услуг не происходит, рост цен превышает уровень инфляции.

Таблица 1.– Макроэкономические показатели, % к предыдущему году:

Год	2016	2017	2018	2019
ВВП	0,3	1,6	2,3	1,3
Оборот розничной торговли	-4,8	1,3	2,8	1,6
Инфляция	5,4	2,5	4,3	3,8

По данным экспертно аналитического Центра агробизнеса, со 2 декабря 2018г. к 2 декабря 2019 г. цены выросли на следующие продукты:

Таблица 2. – Рост цен на продукты в 2019 году

Пшено	35,00%
крупа гречневая	28,20%
баранина	13,40%
рыба мороженая	11,90%
масло сливочное	11,00%
сыры –	10,10%

мука	9,80%
макаронные изделия	9,50%
рис	9,50%
хлеб ржаной	8,10%
консервы мясные	7,10%
молоко	7,00%
сметана	6,80%
чай черный	6,30%
творог	6,20%
говядина	6,10%
помидоры	5,90%
колбаса	5,00%
хлеб пшеничный	4,80%

Источник: составлено авторами на основе [9].

Положительный тренд наметился в улучшении качества питания. Идет медленный рост употребления полезных для здоровья продуктов и снижение потребления хлеба, картофеля, сахара.



Рисунок 2. Потребление основных продуктов питания в расчете на душу населения [6].

Тренды развития в новых условиях деглобализации

Основные прорывные инновации на потребительском рынке внедряют транснациональные компании, лидеры производства и продвижения товаров повседневного спроса во все страны мира.

Региональные участники рынка предлагают большей частью операционные инновации.

Такое состояние дел продолжалось несколько десятилетий. В последние пять лет политическая и экономическая архитектура мира значительно изменилась. Ведущие мировые державы заявили о приоритете национальных

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

экономики, старте реиндустриализации. Активизировались торговые войны, следствием которых явилась повышенная замкнутость экономик соперничающих стран.

Россия развивается в условиях санкций последние пять лет. За этот срок нашей стране также пришлось закрыть многие рынки от импорта.

В результате негативного фактора санкций в экономике страны появились позитивные сдвиги. Особенно они заметны в агрокомплексе, который сумел удовлетворить потребности внутреннего рынка и занять ведущие позиции на мировом рынке зерна. Развивается производство тех видов товаров, которые до этого поступали только из заграницы [1].

Таким образом, успех инновационных нововведений теперь зависит от региональных участников рынка. Но они имеют разную степень готовности к новому вызову.

Роль государства и бизнеса

В новых условиях развития национальной экономики важна координация работы органов власти и субъектов бизнеса. Особенно пристального внимания требует логистическая сфера.

Расстояния внутри страны достигают таких размеров, что логистическая составляющая повышает стоимость товаров на 30-40%. Применение прогрессивных методов типа кросс-логистики в России невозможны из-за большой протяженности, множества часовых поясов [3].

Было бы разумным в стратегию инновационного развития России внести отдельный пункт о развитии логистики, активном участии государства в создании инженерной и дорожной инфраструктуры для крупных логистических комплексов, развитии отдельных удаленных регионов страны.

Тот же дальневосточный гектар требует наполнения конкретными проектами, повышающими доступность региона и комфорт проживания в нем.

Только общими усилиями можно поднять уровень потребления товаров.

Российские производители сумели повысить потребление отечественных продуктов питания предложением качественного, натурального их состава [8].

Такие же тренды произошли на рынке косметики, бытовой химии, других товаров и услуг.

Следующим шагом товаропроизводителей должно стать прорывное улучшение качества продукции, разработка и выпуск новых видов товаров, создание новых премиальных сегментов экологически чистых, полезных для здоровья человека товаров.

Библиографический список

1. Дерен В.И. Тенденции развития современного мирового рынка // Экономический журнал. - 2018. - №1 (49). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-sovremennogo-mirovogo-rynka> (дата обращения: 17.04.2020).
2. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. - М.: Экзамен, 2001. – 576с.
3. Носов А.Л. Инновации в развитии региональной логистической инфраструктуры // Инновационное развитие экономики. - 2015. - № 1 (25).
4. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. Инновационный менеджмент. - М.: АКАЛИС. - 208 с
5. Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации до 2035 года. [Электронный ресурс] // URL: https://mordgpi.ru/upload/iblock/fb3/Proekt-Strategii-nauchno_tekhnologicheskogo-razvitiya-do-2035-g.pdf/ (дата обращения: 12.04.2020).

6. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.04.2020).
7. Развитие Российского FMCG [Электронный ресурс] // URL: <https://rb.ru/opinion/fmcg-tempy/> (дата обращения: 12.04.2020)
8. Зеленая экономика: как эко-товары завоевывают рынок FMCG [Электронный ресурс] // URL: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2019/zelenaya-ekonomika-kak-eko-tovary-zavoevuyayut-rynok-fmcg/> (дата обращения: 12.04.2020).
9. Экспертно-аналитический центр агробизнеса: АБ-Центр [Электронный ресурс] // URL: <https://ab-centre.ru/> (дата обращения: 12.04.2020).

Оригинальность 84%