

7.4. ПОСТКРИЗИСНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Нацубидзе А.С., к.э.н., декан факультета «Корпоративное управление»

Московский институт государственного и корпоративного управления

Пищевая отрасль является стратегической для экономики любой страны, в том числе и для Российской Федерации, так как от нее зависит продовольственная безопасность страны. В условиях мирового финансово-экономического кризиса пищевая отрасль, как и другие отрасли отечественной экономики, серьезно пострадала. Выявление посткризисных тенденций восстановления пищевой отрасли РФ позволяет определить перспективы роста и развития данной отрасли, а также возможные угрозы и препятствия для восстановления отрасли, чему и посвящена данная статья.

В настоящее время российская экономика находится на этапе восстановления после мирового финансово-экономического кризиса, начавшегося в 2008 г. Большинство отраслей экономики проявляют умеренный рост, в том числе и пищевая отрасль. Внутренний спрос после резкого падения в 2009 г. постепенно набирают силу. Пищевая промышленность в Российской Федерации продолжает свое восстановление, поддерживаемое ростом располагаемых доходов, увеличением реальной заработной платы, снижением безработицы и ростом расходов на продукты питания.

В 2014 г. наблюдался рост производства по сравнению с 2013 г. следующей пищевой продукции:

- мяса и мясной продукции;
- колбасных изделий;
- сухого молока и сливок;
- сливочного масла;
- макаронных изделий;
- сахара;
- кондитерских изделий;
- замороженных фруктов и овощей;
- минеральной воды.

Однако большинство компании пищевой отрасли считают, что пищевая промышленность еще не полностью оправилась от кризиса. Большинство сырья и ингредиентов, используемых российскими производителями продовольственной продукции, импортируется.

Хотя отечественная отрасль пищевой промышленности пережила последний глобальный экономический спад достаточно уверенно, отголоски кризиса до сих пор сказываются на состоянии отрасли. В 1998 г. РФ потерпела финансовый кризис, который, как оказалось, был отправной точкой для роста отечественной пищевой промышленности после длительного периода застоя. Продукция местного производства была более доступна для российских потребителей по сравнению с импортными товарами. Более высокое качество местной продукции позволило отечественным производителям захватить большую долю рынка [9].

До недавнего экономического спада пищевая промышленность росла примерно на 10% в год. По

оценкам Федеральной службы государственной статистики (Росстат), с 2005 по 2008 г., инвестиции в пищевую отрасль составили более 135 млрд. руб. [3], что свидетельствует о привлекательности этого сектора как для российских, так и для иностранных инвесторов. Производители мяса и мясных продуктов, молочных продуктов, растительного масла, напитков и кондитерских изделий привлекли больше всех инвестиций. Две трети общего объема инвестиций были использованы для модернизации оборудования с целью повышения производительности труда, повышения эффективности и снижения накладных расходов. Закупка нового оборудования помогла укрепить позиции отечественных производителей пищевой продукции и повысить конкурентоспособность их продукции.

Увеличение расходов на продукты питания в 2014 г. показывает, что пищевая отрасль РФ вместе с другими отраслями, такими как автомобилестроение, бытовая электроника, одежда и обувь, туризм и строительные материалы, демонстрирует активный рост и выход из кризиса. Внутренние факторы, включая засуху, пожары и неурожай, препятствуют восстановлению пищевой отрасли. Кроме того, предприятия пищевой отрасли находятся в условиях ужесточения требований к продукции питания. Глобальный экономический спад вынудил большинство компаний пересмотреть свои стратегии развития и направить свои усилия на, во-первых, оптимизацию бизнес-процессов с целью повышения их эксплуатационной эффективности и, во-вторых, на диверсификацию производства с целью снижения уязвимости по любому одному сектору.

Самыми устойчивыми к кризису были компании, которые специализируются на производстве сырьевых товаров и пользуется государственной поддержкой, а именно: животноводство, переработка зерна, производство муки, хлебопродуктов и молока. Тем не менее, большинство сырья и ингредиентов, используемых пищевой промышленности, импортируются [10].

Крупнейшими производителями РФ в пищевой отрасли являются компании «Балтика», «Юнимилк», «Организация Объединенных кондитерских изделий», «Черкизово», «Эфко» и т.д. Среди наиболее известных зарубежных производителей продуктов питания в РФ можно выделить «Kraft Foods» и «PepsiCo», которые инвестировали значительные средства в «Wimm-Bill-Dann» в 2010-2011 гг. Эти иностранные инвесторы укрепляют свои позиции посредством инвестирования и маркетинговых мероприятий, которые затмевают отечественные компании пищевой отрасли. К числу факторов, ограничивавших восстановление пищевой отрасли после кризиса, относятся следующие [1]:

- высокие цены на сырье и ингредиенты;
- растущий спрос со стороны крупных торговых сетей и усиление конкуренции между производителями продуктов питания за «место на полке»;
- проблемы с набором квалифицированного персонала;
- проблемы с дистрибуцией выпускаемой продукции;
- высокая стоимость коммунальных услуг;
- логистические проблемы;
- значительная долговая нагрузка;

- отсутствие финансирования в необходимых объемах, сроках и по доступной процентной ставке;
- отсутствие развитой системы распределения.

По официальным данным Росстата, в 2014 г. индекс прироста производства пищевых продуктов составил 100,6% по сравнению с 104,9% в 2013 г. в том числе за счет таких категорий, как мясо и мясо-продукты, прирост на которые составил 106,9%, макаронных изделий – 100,6%, минеральной воды и безалкогольных напитков – 101,1%, пива – 100,3%, сахара – 125,2% [3].

По сравнению с аналогичным периодом 2013 г., производство следующих продуктов увеличилось: мяса и субпродуктов (7,5%), колбасных изделий (4,5%), мясо-продуктов (12,2%), сухого молока и сливок (21%), сливочного масла (2,9%), молочных консервов (1,7%), макаронных изделий (3,1%), сахара (21,5%), кондитерских изделий (4,2%), замороженных фруктов и овощей (48,8%), минеральной воды (5,7%) [3].

Производство муки из зерновых культур было почти таким же, как в прошлом году (темп роста – 0,4%), а также макаронных изделий (0,5%) и пива (0,4%). Снижение производства было характерно для: зерновых изделий (17%), сыра и сырных продуктов (3,5%), молочных продуктов (3,4%), растительных масел, нерафинированных масел (16,7%), консервированных фруктов и овощей (1,1%). Спад производства молочных продуктов был связан со снижением внутреннего производства сырья. Сокращение производства растительных масел связано с сокращением производства отечественных семян масличных культур в 2013 г. [3].

Российская пищевая отрасль в целом характеризуется высокой зависимостью от импорта. Около 40% продуктов, используемых в российской пищевой промышленности, импортируются: в 2014 г. было потрачено 36,4 млрд. долл. на импорт продуктов питания и сырья для пищевой отрасли. Более половины мясных и молочных продуктов и более 70% сырья для мясной продукции в крупных российских городах импортируются.

По данным Федеральной таможенной службы, в 2014 г. импорт из продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в РФ составил 25,8 млрд. долл., что на 26,2% больше, чем в 2013 г. По сравнению с 2012 г. объем импорта свежего и замороженного мяса увеличился на 9,6%, сливочного масла – на 16,8%, цитрусовых – на 19,0%, чая – на 5,7%, круп – в 2,2 раза, подсолнечного масла – в 2,1 раза, продуктов и консервов из мяса – на 44,2%, сахара – на 21,5%, какао – на 5,9%, продуктов, содержащих какао, – на 10,2%, алкогольных и безалкогольных напитков – на 18,8% [3].

В то же время импорт рыбы снизился на 18,0%, сгущенного молока и сливок – на 38,2%, сахара – на 8,8%, сигарет – на 29,7%. Средние контрактные цены на продукцию пищевой отрасли возросли. Наибольший рост контрактных цен был характерен для свежих и замороженных мясных продуктов (11,4%), рыбы (в 1,4 раза), концентрированного молока и сливок (7,3%), сливочного масла (25,5%), цитрусовых (16,2%), кофе (в 1,6 раза), чая (5,7%), подсолнечного масла (45,9%), мясных продуктов и

консервов из мяса (10,8%), сахара (36,0%), а также продуктов, содержащих какао (22,5%) [3].

Для российского рынка ингредиентов для пищевой промышленности характерна тенденция расширения ассортимента. Спрос на продукты премиум-класса уже на 100% оправился от кризиса. Потребители перешли от импортной продукции на более дешевые бренды или русские аналоги из-за девальвации рубля. Отечественная пищевая отрасль в основном зависит от импорта. Увеличение курса доллара повысило цены на импортное сырье и сделало пищевые ингредиенты менее доступными для российских производителей [8].

Местные производители все в большей степени должны соответствовать международным стандартам качества. Они уделяют больше внимания качеству ингредиентов, которые они используют, и местные ингредиенты часто не отвечают их потребностям. Российские предприятия пищевой промышленности вынуждены расширять и модернизировать свои производственные мощности. Это увеличивает их спрос на высококачественные ингредиенты.

Доля импорта ингредиентов составляет 86-90% по сравнению с 10-14% местного производства. Увеличение продаж продуктов местного производства зависит от близости к конечным пользователям, информированности об особенностях потребительского спроса, оперативности решения технологических задач предприятий, качества логистики, цены по сравнению с импортной продукцией [2].

Местные предприятия пищевой промышленности становятся все более и более конкурентоспособными с точки зрения качества и последовательности. Это частично связано с правительственными инициативами. Например, в соответствии с долгосрочной программой социального развития на 2020-2030 гг., более 900 млрд. руб. планируется вложить в развитие пищевой промышленности, и 55% этой суммы будет использоваться для технологической модернизации промышленности [4].

В то же время Правительство РФ пытается поддержать отечественных производителей продуктов питания с помощью защитных мер и импортных квот, для того чтобы отечественные производители ингредиентов были более конкурентоспособными. Количественные квоты и тарифные ставки направлены на снижение доли импортной продукции в стране и укрепление внутреннего производства продовольственных товаров [7].

Растущий спрос на здоровое питание приводит к увеличению потребительского спроса в целях повышения качества и создания инновационных функциональных продуктов. Несовершенство таможенного законодательства и его постоянные изменения иногда приводят к задержкам таможенного оформления, споров по контрактам и непредсказуемым расходам импортеров [6].

Российские предприятия пищевой отрасли можно разделить на следующие основные группы [5].

1. Большие вертикально интегрированные холдинги, ориентированные на развитие своих производственных мощностей за счет собственных сырьевых ресурсов, такие как Черкизовский мясокомбинат, «Вимм-Билль-Данн» и т.д.

2. Международные производители, имеющие свои производственные мощности в Подмосковье и других крупных регионах страны, такие как «DANONE» (Франция), «Campina» (Германия), «Марс» (США), «Kraft» (США), «Dirol Cadbury» (Великобритания), «Сан-Интербрю» (Бельгия), и т.д.
3. Российские холдинги с участием иностранного капитала, такие как Открытое акционерное общество (ОАО) «Балтика» Пивоваренная компания «KamposMos», и др.
4. Небольшие региональные производители, большинство из которых производят и продают свою продукцию в регионе, где они расположены.

Можно выделить следующие основные посткризисные тенденции восстановления пищевой отрасли РФ:

- российская пищевая промышленность быстро росла, начиная с 1998 г., ее ежегодный прирост составлял 15-25%, но регресс в результате финансового кризиса 2008 г. значительно замедлил темп роста отрасли. Пищевая промышленность все еще находится в режиме восстановления, поддерживаемого ростом реального валового внутреннего продукта (ВВП) и ростом потребительского спроса и потребления;
- производители пищевой продукции стремятся к расположению своих производственных мощностей максимально близко к источникам сырья;
- международные производители пищевой продукции очень активно инвестируют в местную пищевую промышленность. Это позволяет им осуществлять контроль над управлением российскими компаниями;
- большинство иностранных компаний решили перенести свои производства на территорию РФ, для того чтобы сократить расходы;
- консолидация среди ведущих игроков рынка способствует усилению монопольных тенденций на рынке, снижению уровня конкуренции и усилению барьеров входа на рынок;
- многие российские предприятия пищевой промышленности заинтересованы в формировании стратегических альянсов с зарубежными партнерами. Основными целями являются доступ к технологиям и знаниям, укрепление имиджа компаний на рынке, доступ к более дешевому финансированию и обучению персонала;
- консолидация в секторе розничной торговли привела к увеличению мощностей розничной торговли и усилению власти покупателя на B2B-рынке пищевой отрасли РФ;
- отсутствие развитой региональной инфраструктуры и материально-технической базы являются препятствиями для экспансии на удаленных территориях, таких как Сибирь и Дальневосточные регионы;
- производители пищевой продукции пытаются запустить новые продукты, чтобы выйти на новые сегменты рынка;
- отечая на ожидаемый рост спроса во всех сегментах пищевой промышленности, производители пищевой продукции инвестируют в производственные мощности, чтобы быть в состоянии удовлетворить потребительский спрос и укреплять свои позиции на рынке;
- тенденции в отрасли продуктов питания отражаются на специализированном рынке ингредиентов: растет популярность инновационных пищевых продуктов, нетрадиционных сортов хлеба с орехами, различными семенами, специями и т.д., что приводит к росту использования высокого качества и пищевых ингредиентов премиум-класса. Как следствие, рынок развивается в стоимостном выражении более, чем в объеме;
- российский рынок хлебобулочных изделий имеет хорошие перспективы роста. Обогащенный сегмент хлеба показывает рост за счет эксклюзивных сортов хлебобулочных изделий, содержащих здоровые ингредиенты;
- почти 90% пищевых ингредиентов, а также химического сырья для производства ингредиентов импортируется;

- вопрос о здоровом питании является национальным приоритетом, тенденция здорового питания привела к росту спроса на природные красители и ароматизаторы. Натуральные ингредиенты теперь захватили большую долю рынка;
- кондитерская промышленность является одним из самых крупных потребителей пищевых добавок: кондитерские производители используют около 350 из почти 500 пищевых добавок с E-индексом;
- производство комбинированных добавок, в том числе ароматических экстрактов (ароматизаторы), эмульгаторы, консервантов, фосфаты и т.д., увеличивается;
- российские производители пищевой продукции продолжают внедрять новые технологии в производство. Хотя эти изменения в пищевом секторе направлены на стимулирование спроса на производимое внутри страны сырье для дальнейшей переработки, в настоящее время РФ далека от удовлетворения спроса на ингредиенты для пищевой отрасли за счет возможностей внутреннего производства;
- растущая сеть пищевой промышленности в регионах способствует стимулированию спроса на высококачественные ингредиенты в регионах;
- правительство РФ разработало и внедрило технические регламенты, предназначенные для контроля качества пищевой продукции и обеспечения безопасности потребителей. Такие пищевые продукты, как мороженое, молочные продукты, сыр, сок и кондитерские изделия, уже выпускаются в соответствии с новым техническим регламентом. Учитывая, что новые технические регламенты являются строгими, многие небольшие компании могут столкнуться с трудностями. Поэтому только сильные и стабильные компании имеют возможность соответствовать новым стандартам;
- Министерство сельского хозяйства РФ запустило целевую программу по развитию производства масла и сыра в 2011-2013 г., что позволило привлечь 17,6 млрд. долл. в данные сегменты пищевой отрасли;
- Доктрина продовольственной безопасности направлена на развитие внутреннего аграрного сектора и рыбной промышленности, а также поддержку российских производителей сырья.

Постоянно меняющиеся потребности и предпочтения потребителей оказывают существенное влияние на рынок пищевых ингредиентов. Ниже приведены некоторые из ключевых факторов и тенденции спроса в пищевой отрасли РФ:

- рост среднего класса ведет к увеличению спроса на пищевую продукцию и высокого качества;
- потребители все чаще предпочитают приобретать продукты питания с доставкой на дом, что повышает потребление готовых блюд;
- продажи продуктов премиум-класса снизились в 2008-2009 гг. из-за кризиса, но восстановились в 2010-2014 гг. и, как ожидается, увеличатся в ближайшие годы из-за роста доходов населения;
- потребители делают более осознанный выбор в пользу продуктов питания высшего качества и полезных для здоровья в секторе молочных, мясных, рыбных продуктов и кондитерских изделий;
- расходы россиян на потребительские товары в сфере фаст-фуда в 2014 г. увеличились на 33% по сравнению с июнем 2010 г., реальное потребление составляет на 10-12% выше, чем два года назад;
- средний размер покупки был стабильным в течение последних двух лет. Но учитывая, что имело место увеличение расходов на 33%, а средний размер покупки вырос на 16% в 2014 г. по сравнению с июнем 2010 г., можно сделать вывод, что увеличивается частота посещения магазинов;

- возрастает рациональность и практичность при принятии решений о совершении повседневных покупок;
- из общего объема основных потребляемых товаров в 2014 г. россияне потратили 74% на пищевую продукцию;
- потребительский спрос на функциональные продукты питания растет и, как ожидается, будет продолжать расти в ближайшие годы;
- российский кондитерский рынок является одним из немногих, где расходы выше, чем в Европе. Россияне тратят около 2,5-3% своего дохода на сладости, что больше, чем в других странах. Тем не менее, на душу населения потребление сладостей в РФ на самом деле ниже, чем в Западной Европе и Соединенных Штатах. Употребление шоколада на душу населения в РФ составляет 5,3 кг в год в соответствии с официальными данными Росстата;
- детское питание представляет собой сектор, который демонстрирует непрерывный рост даже в условиях финансового кризиса;
- россияне начинают проявлять интерес к экзотическим и так называемым этническим пищевым продуктам, таким как кумыс или чизкейк, провоцируя рост использования специальных ароматизаторов;
- потребители хотят быть осведомленными о стране происхождения и маркировке «без генно-модифицированных организмов (ГМО)»;
- все больше и больше потребителей с подозрением относятся к искусственным добавкам и хотят приобрести продукты с натуральными ингредиентами;
- низкокалорийные продукты становятся все более популярными, что отражает растущий интерес потребителей к здоровью и сбалансированному питанию;
- российские потребители отдают предпочтение отечественной продукции, потому что она воспринимается как естественная (или здоровая) и более доступная;
- российские потребители внимательно читают этикетки продуктов;
- российские потребители продуктов питания готовы платить больше за брендированную продукцию, связывая ее с продуктами высокого качества;
- российские потребители имеют негативное отношение к генетически модифицированным продуктам, хотя их понимание таких продуктов является низким и неполным из-за отсутствия объективной информации. Генетически модифицированные продукты, как правило, связаны с продуктами из США.

На основании выделенных тенденций произведен **SWOT**-анализ пищевой отрасли РФ (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-АНАЛИЗ ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ РФ

Сильные стороны российской пищевой отрасли	Слабые стороны российской пищевой отрасли
Высокое качество продукции – производство экологически чистой продукции без ГМО и вредных добавок	Внутренние факторы, включая засуху, пожары и неурожаи, препятствуют восстановлению пищевой отрасли
Более низкая цена по сравнению с импортной продукцией	Слабая маркетинговая и в первую очередь рекламная политика
Возможности и перспективы развития российской пищевой отрасли	Угрозы для развития российской пищевой отрасли

Сильные стороны российской пищевой отрасли	Слабые стороны российской пищевой отрасли
Продление режима санкционных мер против РФ позволит российским производителям пищевой продукции укрепить рыночные позиции и повысит их конкурентоспособность	Снижение таможенных барьеров и тарифов в условиях присоединения РФ к Всемирной торговой организации (ВТО) приведет к снижению цен на импортную продукцию и росту импорта
Приток отечественных и иностранных инвестиций будет способствовать развитию рынка и создаст условия для закупки нового оборудования и повышения качества продукции	Падение курса рубля из-за колебания мировых цен на нефть провоцирует высокую инфляцию и падение покупательской способности населения РФ, что в свою очередь приводит к сокращению покупательской способности населения в том числе и на продукты питания
Рост расходов россиян на продукты питания в условиях кризиса традиционно растет, что создает благоприятные условия для развития пищевой отрасли	

Результаты **SWOT**-анализа пищевой отрасли РФ показали, что российская пищевая отрасль обладает значительными конкурентными преимуществами. К числу ее сильных сторон относятся высокое качество продукции и более низкая цена по сравнению импортной продукцией. Однако внутренние факторы, включая засуху, пожары и неурожаи, препятствуют восстановлению пищевой отрасли, а слабая маркетинговая и в первую очередь рекламная политика снижает конкурентоспособность отечественной продовольственной продукции.

К числу возможностей и перспектив развития российской пищевой отрасли относится продление режима санкционных мер против РФ, что позволит российским производителям пищевой продукции укрепить рыночные позиции и повысит их конкурентоспособность. Приток отечественных и иностранных инвестиций будет способствовать развитию рынка и создаст условия для закупки нового оборудования и повышения качества продукции. Рост расходов россиян на продукты питания в условиях кризиса традиционно растет, что создает благоприятные условия для развития пищевой отрасли.

Угрозами для развития российской пищевой отрасли являются снижение таможенных барьеров и тарифов в условиях присоединения РФ к ВТО, что приведет к снижению цен на импортную продукцию и росту импорта, и падение курса рубля из-за колебания мировых цен на нефть, что провоцирует высокую инфляцию и падение покупательской способности населения РФ, что в свою очередь провоцирует сокращение покупательной способности населения, в том числе и на продукты питания.

Таким образом, можно сделать вывод, что в условиях мирового финансово-экономического кризиса замедлился темп роста пищевой отрасли. Особенностью данной отрасли является низкая эластичность спроса по цене. Поэтому даже в условиях кризиса падение спроса на пищевую продукцию было незначительным. К числу основных посткризисных тенденций восстановления пищевой отрасли РФ относятся:

- рост расходов на пищевую продукцию в 2014 г.;

- активная диверсификация продукции;
- рост инвестиций в производственные мощности предприятий пищевой отрасли;
- внедрение новых технологий в производство пищевой продукции и т.д.

Прогрессивной тенденцией, способствующей восстановлению пищевой отрасли, является увеличение спроса на качественную продукцию без вредных добавок, включая ГМО, а также на экологически чистую продукцию. Это повышает спрос на продукцию отечественного производства, которая ассоциируется у российских потребителей с более высоким качеством и экологичностью. Повышение интереса потребителей к составу и стране-изготовителю свидетельствует об увеличении грамотности россиян в области продуктов питания, что также благоприятно сказывается на отечественных производителях, производящих продукцию высокого качества.

В заключение следует отметить, что процесс восстановления пищевой отрасли еще не завершен. Для ускорения темпов восстановления отрасли необходима государственная поддержка и привлечение частных инвестиций. Серьезной угрозой для российской пищевой отрасли является иностранная конкуренция. Импортируемая продукция зачастую содержит вредные добавки, в ее состав входят ненатуральные ингредиенты, усилители вкуса и искусственные ароматизаторы, что делает ее небезопасной для российских потребителей и усиливает необходимость государственного контроля качества пищевой продукции.

Литература

1. Бекмуратов Р.Д. АПК [Текст] / Р.Д. Бекмуратов // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №1-3. – С. 551-558.
2. Горлов С.М. Формы и инструменты воздействия властных структур на развитие отраслей перерабатывающей и пищевой промышленности [Текст] / С.М. Горлов // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №2. – С. 411-413.
3. Иванова В.Н. и др. Технологические платформы – поиск современных форм привлечения бизнеса к инновационному развитию отраслей пищевой промышленности [Текст] / В.Н. Иванова, С.Н. Серёгин, Е.А. Куликова // Пищевая промышленность. – 2013. – №4. – С. 36-41.
4. Комолов С.А. Модель принятия инвестиционных решений на предприятиях пищевой промышленности в условиях модернизации отрасли [Текст] / С.А. Комолов // Российское предпринимательство. – 2012. – №17. – С. 97-101.
5. Маринова Л.М. Управление качеством продукции на предприятиях пищевой отрасли [Текст] / Л.М. Маринова // Аграрный научный журнал. – 2014. – №4. – С. 79-81.
6. Попкова Е.Г. Точки роста в контексте управления развитием предпринимательства: механизм формирования [Текст] / Попкова Е.Г., Волков И.А. // Известия ВолгГТУ ; Сер. : Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива) : межвуз. сб. науч. ст. – 2012. – Вып. 13 ; №7. – С. 70-75.
7. Поверин Д.И. Глоссарий к системной реструктуризации сельского хозяйства и пищевых отраслей российской федерации на основе техники построения инновационных биотехнологических кластерных платформ [Текст] / Д.И. Поверин, В.Б. Новиков // Товаровед продовольственных товаров. – 2014. – №2. – С. 41-45.
8. Россия в цифрах [Текст] : 2015 : краткий стат. сб. / Федер. служба госуд. статистики. – М., 2015. – 573 с.
9. Таныгин А.В. Современное состояние пищевой отрасли в России и анализ инвестиций в ее развитие [Текст] / А.В. Таныгин // Транспортное дело России. – 2011. – №12. – С. 150-152.
10. Чалова А.И. Оценка текущего состояния и основных направлений развития пищевой отрасли [Текст] / А.И. Чалова // Междунар. науч.-исслед. ж-л. – 2013. – №7-3. – С. 86-90.

Ключевые слова

Посткризисные тенденции; пищевая отрасль Российской Федерации; зависимость от импорта; рост располагаемых доходов.

Нацубидзе Александр Сергеевич

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность исследуемого в статье А.С. Нацубидзе вопроса не вызывает сомнения, так как от восстановления пищевой отрасли Российской Федерации после кризиса зависит не только судьба производителей пищевой продукции, но и возможность удовлетворения внутреннего спроса на продовольственную продукцию, что особенно важно в условиях введения санкционных мер против РФ и ответных мер со стороны нашей страны, в том числе в сфере продовольственной продукции. Тотальная зависимость от импорта неприемлема в таких условиях, что вызывает необходимость анализа посткризисных тенденций восстановления пищевой отрасли РФ для выявления возможных точек роста российской пищевой отрасли.

В статье автором отдельно проанализированы условия для развития рынка, а также его конъюнктура, выявлены ключевые тенденции спроса и предложения на рынке пищевой продукции и проведен SWOT-анализа российской пищевой отрасли, позволивший выявить сильные и слабые стороны отечественных производителей, а также перспективы и возможные угрозы дальнейшего восстановления пищевой отрасли РФ. Значимость и доказательность научных результатов, содержащихся в статье, не вызывает сомнения. Таким образом, вопросы, затронутые автором в рецензируемой статье, являются актуальными и обладают практической значимостью, что позволяет рекомендовать статью к опубликованию в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Морковина С.С., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента и экономики предпринимательства, Воронежская государственная лесотехническая академия