
АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ В ДОКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Ендовицкий Дмитрий Александрович, д-р экон. наук, проф.
Сухарева Анастасия Алексеевна, асп.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394018; e-mail: nastya-sukhareva@mail.ru

Цель: выявить особенности динамики розничного рынка продовольственных товаров в условиях социально-экономических кризисов; оценить действенность мер его государственного регулирования в современных кризисных условиях. *Обсуждение:* обеспечение продовольственной безопасности, недопущение дефицитов социально значимых продуктов питания – важнейшие задачи государства в условиях пандемии. В этой связи важно оценивать динамику розничных продаж продуктов питания, выявлять ее ключевые особенности, отслеживать ценообразование на этом рынке и своевременно принимать поддерживающие меры с учетом интересов всех участвующих сторон, привлекать к их реализации бизнес. Таким образом, актуальные результаты такого анализа представляют интерес для органов власти, производителей продовольственных товаров, оптовых компаний, торговых сетей и других заинтересованных пользователей. *Результаты:* дана оценка динамики рынка продуктового ритейла в Российской Федерации в допандемийные периоды и в условиях современного социально-экономического кризиса с учетом факторов инфляции и изменения численности населения страны; дана сравнительная характеристика показателей этого рынка в трех кризисных периодах: 2008-2009 гг., 2014-2015 гг. и в настоящее время; оценена эффективность мер государственной поддержки обеспечения населения продовольствием с опорой на статистические показатели.

Ключевые слова: продовольственные товары, спрос, пандемия, розничная торговля, государственное регулирование.

DOI: 10.17308/meps.2022.2/2776

Введение

11 марта 2020 г. генеральный директор Всемирной организации здравоохранения охарактеризовал ситуацию с распространением COVID-19 как пандемию. На январь 2022 г. ситуация с коронавирусной инфекцией в мире

и нашей стране остается серьезной. В конце 2021 г. – начале 2022 г. начал активно распространяться новый штамм коронавируса. По данным ВОЗ, на 20 января 2022 г. зафиксировано 336 790 193 подтвержденных случая заболевания в мире.

По информации Коммуникационного центра Правительства Российской Федерации, общее число выявленных случаев заболевания COVID-19 в Российской Федерации на 23 июля 2021 г. составляло 6 265 873, на 23 октября 8 131 164, на 23 декабря 10 938 261.

Пандемия существенно сказалась на экономическом развитии в мире в целом и каждом регионе (табл. 1).

Таблица 1

Темпы роста реального ВВП в долларах США в постоянных ценах 2010 г.,%

Территория	2019	2020	2021 (оценка)	2022 (прогноз)	2023 (прогноз)
Мир	2.6	-3.4	5.5	4.1	3.2
Страны с развитой экономикой	1.7	-4.6	5.0	3.8	2.3
Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны	3.8	-1.7	6.3	4.6	4.4
Восточная Азия и Тихоокеанский бассейн	5.8	1.2	7.1	5.1	5.2
Европа и Центральная Азия	2.7	-2.0	5.8	3.0	2.9
в т.ч. Российская Федерация	2,0	-3,0	4,3	2,4	1,8
Латинская Америка и Карибский бассейн	0.8	-6.4	6.7	2.6	2.7
Ближний Восток и Северная Африка	0.9	-4.0	3.1	4.4	3.4
Южная Азия	4.4	-5.2	7.0	7.6	6.0
Африка к югу от Сахары	2.5	-2.2	3.5	3.6	3.8

Процессы, которые повлекла за собой пандемия, по-разному повлияли на различные рынки. Так, в Российской Федерации на основе оперативного анализа текущей ситуации был принят правительственный перечень наиболее пострадавших отраслей, который, в частности, включал розничную торговлю непродовольственными товарами; авиаперевозки, воздушный транспорт, аэропортовую деятельность; автомобильные перевозки; деятельность в области культуры, организации досуга, физкультурно-оздоровительную деятельность и спорт; деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма; общественное питание; деятельность организаций дополнительного образования, негосударствен-

ных образовательных учреждений; деятельность по предоставлению бытовых услуг населению; деятельность в области здравоохранения; розничную торговлю легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами; деятельность универсальных магазинов.

По данным Правительства Российской Федерации, с негативными последствиями пандемии столкнулись 6,7 млн человек, из них 5,3 млн в сфере малого среднего предпринимательства.

В отношении этих отраслей реализовывались государственные меры поддержки. Они, в частности, включали отсрочки по налогам и страховым взносам, снижение платежей; прямые выплаты из бюджета; отсрочки по кредитам, льготные кредиты; мораторий на банкротство; снижение надзорной нагрузки и многие другие.

В сложной ситуации особенно важно сохранить возможность населения обеспечивать себя продовольственными товарами, в первую очередь, социально значимыми. Анализу особенностей современного продовольственного розничного рынка Российской Федерации посвящен ряд научных работ. В частности, А.А. Курочкина, Т.В. Бикезина и В.И. Орлова исследовали влияние тенденции здорового питания на развитие рынка продовольственных товаров [6]. Л.И. Розановой оценены изменения российского продовольственного рынка под влиянием продовольственного эмбарго [7]. Р.В. Скубой исследованы особенности брендинга на продуктовом рынке [8, 9], С.В. Щепиной – современной ассортиментной политики [12]. О.С. Веремеенко, Ю.Ю. Суслова, А.В. Волошин провели анализ механизмов взаимодействия участников рынка услуг розничной торговли продовольственными товарами [4]. Л.А. Ашихина, Ю.Г. Голоктионова, Н.В. Лисичкина, А.В. Кузина, Т.И. Шабанова [1] раскрыли особенности ценообразования на этом рынке. Д.В. Борзаков и Д.А. Лапина оценили современную практику применения инструментов корпоративной социальной ответственности в маркетинговой политике крупнейших российских продуктовых ритейлеров [3].

Несмотря на глобальный характер текущего кризиса, его влияние на продуктовый ритейл только начинает оцениваться. Н.А. Денисова и Ю.А. Наливайко [5], Л.А. Белова, Л.И. Верона [2], А.Н. Федотов [10] проанализировали влияние цифровизации на продовольственный рынок в условиях пандемии, В.Ю. Черновой охарактеризована трансформации субъектов рынка продовольственных товаров в условиях пандемии COVID-19 [11].

Кризисная ситуация может повлечь разного рода продовольственные дефициты, резкий рост цен. В связи с продолжающимися кризисными явлениями и важностью мониторинга ситуации на отечественном продовольственном рынке задачами настоящего исследования являются анализ и оценка динамики показателей российского рынка продовольственных товаров в докризисный период и в условиях пандемии; оценка чувствительности спроса на продовольствие к негативным социально-экономическим явлениям; оценка последствий принятия государственных мер под-

держки российского продовольственного рынка, принятых в 2021 г.

Методология исследования

Для комплексной оценки изменения объемов розничных продаж продовольственных товаров в Российской Федерации необходимо использовать стоимостные показатели, а также натуральные измерители, позволяющие в определенной мере элиминировать ценовой фактор (принимая во внимание влияние роста цен на спрос). Для этого мы обратились к материалам, содержащимся в официальных публикациях Росстата.

Динамику показателей розничных продаж продовольствия в стоимостном выражении мы отследили, начиная с 2009 г., натуральном – с 2000 г., что позволило выявить определенные тенденции в изменениях объема продаж и охватить исследованием три серьезных социально-экономических кризиса, негативные последствия которых наблюдались в нашей стране, – 2008-2009 гг., 2014-2015 гг. и пандемию коронавируса нового типа и связанный с ней кризис, начавшийся в 2020 г., – и сравнить изменения показателей в течение каждого из них.

Помимо общих показателей продаж продовольствия, мы проанализировали продажи социально значимых продуктов: мяса и птицы, колбасных изделий, животных и растительных масел, сахара.

Для выявления влияния изменения численности населения Российской Федерации на объем розничных продаж продовольствия мы провели сравнительный анализ темпов его роста (сокращения) и темпов роста продуктового ритейла.

Анализ мер, реализуемых государством для регулирования рынка продовольственных товаров, защиты интересов населения в условиях кризиса, проводился с использованием нормативных правовых актов, принятых в этой сфере, информационно-аналитических материалов Правительства Российской Федерации, Министерства экономического развития Российской Федерации, Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, Федеральной антимонопольной службы и ее территориальных органов, Федеральной службы государственной статистики.

Основные направления исследования включали анализ динамики показателей розничных продаж продовольственных товаров в целом и по отдельным категориям в стоимостном и натуральном измерении; выявление особенностей изменения этих показателей в кризисы 2008-2009 гг., 2014-2015 гг., 2020-2022 гг.; анализ мер, реализуемых государством в настоящее время в целях обеспечения продовольственной безопасности страны, недопущения дефицитов социально значимых продуктов; анализ влияния этих мер на динамику розничных продаж продуктов в 2020 г.

Исследование проводилось с использованием анализа, синтеза, аналогии, системного, комплексного, исторического подходов.

Обсуждение результатов

Объемы розничных продаж продовольствия малоэластичны по отношению к кризисным явлениям, это подтверждается и стоимостными, и натуральными статистическими показателями (табл. 2, рис. 1, табл. 3, рис. 2).

Таблица 2

Объем всех реализованных продовольственных товаров, тыс. руб.

	2009	2010	2011	2012
Российская Федерация	6 425 389 404,1	7 226 725 577,0	8 196 156 420,0	8 830 442 886,2
Центральный федеральный округ	2 176 271 301,9	2 512 722 179,0	2 864 448 893,8	3 083 278 449,6
Воронежская область	56 258 508,0	69 701 430,9	89 815 836,6	106 703 764,8
	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	9 857 879 413,1	10 843 063 484,4	11 773 698 846,8	12 020 980 891,3
Центральный федеральный округ	3 484 194 753,5	3 887 310 892,0	4 093 016 715,5	4 217 494 377,7
Воронежская область	126 468 495,8	147 209 329,6	172 037 937,3	184 291 111,6
	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	12 554 402 378,9	13 082 343 883,0	13 995 973 403,2	14 415 897 159,8
Центральный федеральный округ	4 441 088 940,4	4 662 073 594,8	5 008 642 872,8	5 203 997 731,9
Воронежская область	191 810 713,1	196 294 176,8	207 348 660,1	212 492 146,8

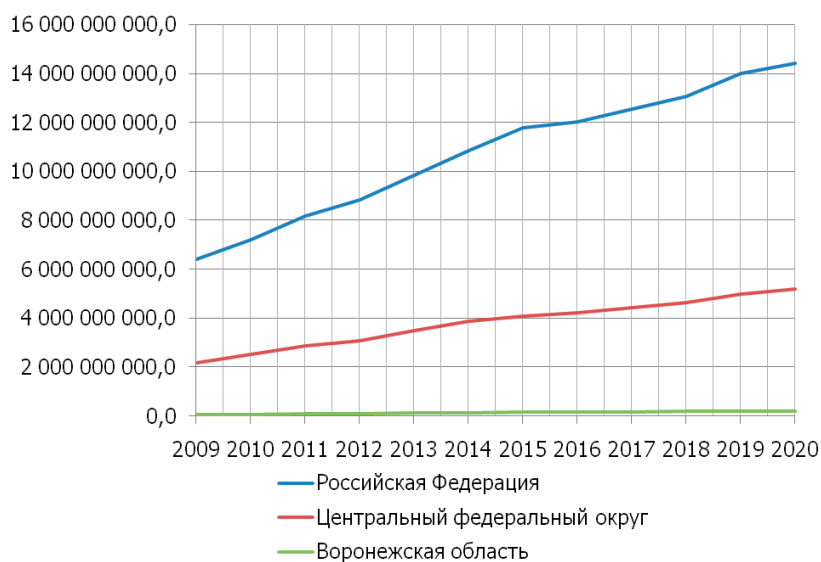


Рис. 1. Тенденции в динамике продаж продовольственных товаров, тыс. руб.

Таблица 3

Объем продаж отдельных продуктов питания в Российской Федерации,
тыс. т

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Мясо и птица	2865	3234	3607	3896	4490	4871	4910
Изделия колбасные	1440	1547	1742	1862	2051	2211	2382
Масла животные	388	423	449	448	471	476	492
Растительные масла	571	611	622	811	900	1013	1078
Сахар	2623	2733	2974	2932	2736	2984	2924
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Мясо и птица	5182	5554	5266	5520	5719	5859	6163
Изделия колбасные	2633	2680	2464	2591	2592	2579	2545
Масла животные	493	416	377	364	368	377	391
Растительные масла	1276	1356	1459	1632	1596	1668	1677
Сахар	3103	3310	2867	2936	3144	3161	3017
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Мясо и птица	6465	6266	6409	6492	6467	6501	6565
Изделия колбасные	2493	2437	2217	2265	2283	2269	2324
Масла животные	377	355	340	314	309	323	329
Растительные масла	1794	1643	1613	1704	1743	2336	2529
Сахар	3083	3115	3146	3457	3315	3385	3317

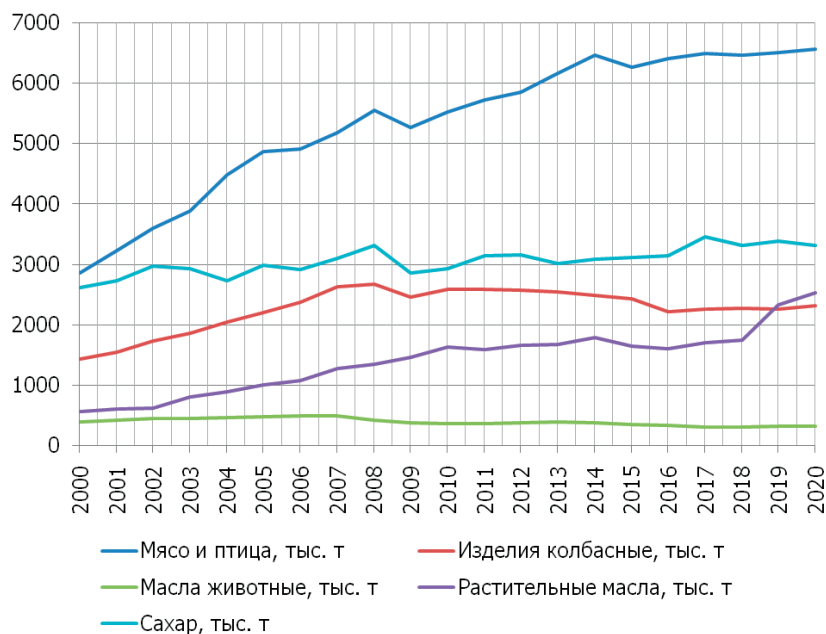


Рис. 2. Тенденции в динамике продаж отдельных продуктов питания в Российской Федерации, тыс. т

Тем не менее, как свидетельствуют данные Росстата, в кризисные периоды 2008-2009 гг., а также 2014-2015 гг. наблюдалось некоторое снижение в объемах реализации основных продовольственных товаров.

Так, объем розничных продаж мяса и птицы в 2009 г. по сравнению с 2008 г. в натуральном выражении сократился на 5,19%, колбасных изделий на 8,10%, животных масел на 9,38%, сахара на 13,38%. Сокращение продаж не было обусловлено динамикой численности населения, поскольку, по данным Росстата, средняя численность населения Российской Федерации в 2008 г. была 141 956 409 чел., в 2009 г. 141 909 244 чел., убыль населения составила 0,03%.

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. физический объем розничных продаж мяса и птицы сократился на 3,08%, колбасных изделий на 2,25%, животных масел на 5,84%, растительных масел на 8,42%. Прирост населения в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составил 0,22%.

В 2020 г., на который пришлись наиболее серьезные проявления социально-экономического кризиса, максимальное падение ВВП (табл. 1), были те же долгосрочные тенденции небольшого ежегодного роста или относительно стабильного физического объема розничных продаж таких основных продуктов питания, как мясо и птица (+ 0,98%), колбасных изделий (+ 2,42%), животных масел (+ 1,88%), растительных масел (+ 8,26%). Небольшое снижение только у продаж сахара – на 2,01% по сравнению с 2019 г. В 2020 г. по сравнению с 2019 г. население Российской Федерации сократилось на 0,21%.

Рост стоимостных показателей продаж продовольствия в 2009-2020 гг. обусловлен и инфляционными процессами (рисунок 3), и тенденциями в физическом объеме продаж.

Невысокая эластичность спроса на продовольственные товары в отношении усугубления кризиса может стать основой для роста цен как относительно легкого способа повысить выручку от продаж. В этой связи аспект ценообразования на продовольствие является предметом внимания государства.

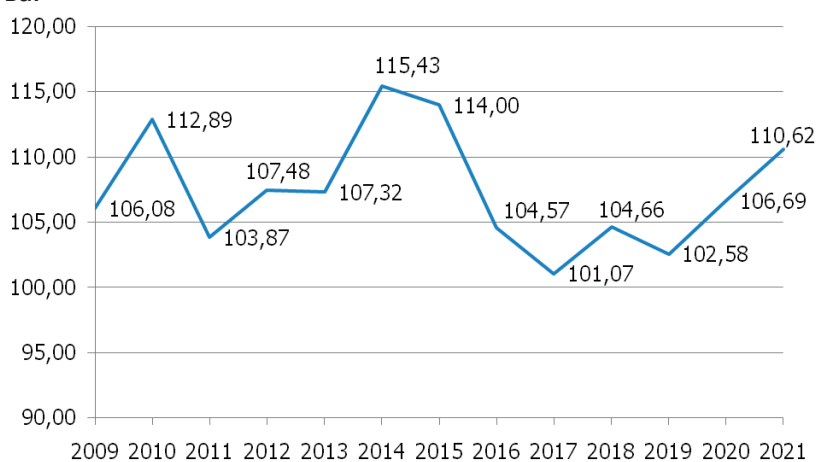


Рис. 3. Индекс потребительских цен на продовольственные товары, декабрь отчетного года к декабрю предыдущего года, %

В текущем кризисном периоде (2020-2022 гг.) Правительством Российской Федерации активно принимаются меры по недопущению снижения обеспечения населения продовольствием. Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.07.2010 № 530 был утвержден перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены. В него входят говядина (кроме бескостного мяса), свинина (кроме бескостного мяса), баранина (кроме бескостного мяса), куры (кроме куриных окорочков), рыба мороженая неразделанная, масло сливочное, масло подсолнечное, молоко питьевое, яйца куриные, сахар-песок, соль поваренная пищевая, чай черный байховый, мука пшеничная, хлеб ржаной, ржано-пшеничный, хлеб и булочные изделия из пшеничной муки, рис шлифованный, пшено, крупа гречневая – ядрица, вермишель, картофель, капуста белокочанная свежая, лук репчатый, морковь и яблоки. В настоящее время проводится мониторинг цен на эти продукты.

Для сдерживания цен на подсолнечное масло постановлением Правительства Российской Федерации от 10.12.2020 № 2065 «О внесении изменений в ставки вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы государств – участников соглашений о Таможенном союзе» была повышена экспортная пошлина на семена подсолнечника, вывозимые из России за пределы Таможенного союза на период с 9 января по 30 июня 2021 г.

Для стабилизации цен на сахар-песок и подсолнечное масло было принято постановление Правительства Российской Федерации от 14.12.2020 № 2094 «О соглашениях между федеральными органами исполнительной власти и хозяйствующими субъектами о снижении и поддержании цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости». Минпромторгом России, Минсельхозом России, ассоциациями и союзами, представляющими интересы производителей, торговыми сетями, в декабре 2020 г. были заключены соглашения, которыми устанавливались предельные уровни цен в торговой сети на масло подсолнечное в размере 110 руб. за 1 литр, сахар 46 руб. за 1 кг. Среди представленных в Воронежской области торговых сетей к соглашениям присоединились ООО «Агроторг» (торговая сеть «Пятерочка»), АО «Тандер» (торговая сеть «Магнит»), ООО «Метро кэш энд керри» (торговая сеть «Метро»), АО ТД «Перекресток» (торговая сеть «Перекресток»). Соглашение в отношении сахара-песка действовало до 1 июня 2021 г., в части масла подсолнечного до 1 октября 2021 г.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 декабря 2020 г. № 2097 «О тарифной квоте на вывоз зерновых культур за пределы территории Российской Федерации в государства, не являющиеся членами Евразийского экономического союза» на период с 15 февраля по 30 июня 2021 г. было установлено временно квотирование вывоза пшеницы и мес-

лина, ржи, ячменя и кукурузы, принят целый ряд других постановлений, предусматривающих административные меры поддержки отечественного продовольственного рынка.

Одновременно Федеральная антимонопольная служба через свои территориальные органы усилила контроль цен на рынках социально значимых продовольственных товаров. При выявлении повышения цен совместно с органами прокуратуры субъектов Российской Федерации инициируются внеплановые проверки оптовых компаний и розничных сетей.

Заключение

Несмотря на то, что спрос на продовольствие со стороны населения малоэластичен по отношению к кризисным явлениям, в сложные периоды 2008-2009 гг. и 2014-2015 гг. наблюдался спад физических объемов розничных продаж основных продуктов питания, не связанный с динамикой численности населения страны. Это свидетельствовало о необходимости подключения государства к решению возможных продовольственных проблем.

В текущем кризисном периоде (2020-2022 гг.) государство в особенно острые моменты принимало административные меры по поддержанию российского продовольственного рынка, в том числе временное квотирование экспорта, повышение вывозных таможенных пошлин, финансовую помощь производителям, заключало соглашения о стабилизации цен на сахар и подсолнечное масло с производителями и торговыми сетями. Несмотря на критику указанных мер, статистические данные подтверждают их эффективность: 2020 г., на который пришлось наиболее серьезные проявления социально-экономического кризиса, характеризовался теми же долгосрочными тенденциями небольшого ежегодного роста физического объема розничных продаж таких основных продуктов питания, как мясо и птица (+ 0,98%), колбасных изделий (+ 2,42%), животных масел (+ 1,88%), растительных масел (+ 8,26%). В 2020 г. по сравнению с 2019 г. население Российской Федерации сократилось на 0,21%.

На сегодняшний день пандемические явления сохраняются, совместную работу государства и бизнеса по преодолению их негативных последствий, очевидно, нужно планировать на долгосрочную перспективу. В этой связи актуальными видятся дальнейшие исследования в области анализа финансового обеспечения реализации социальных программ компаниями – игроками на рынке ответственного продовольственного ритейла.

Список источников

1. Ашихина Л.А., Голоктионова Ю.Г., Лисичкина Н.В., Кузина А.В., Шабанова Т.И. Формирование ценовой стратегии предприятия на рынке продовольственных товаров // *Вестник ОрелГИЭТ*, 2021, no. 2(56), с. 64-68.

2. Белова Л.А., Верона Л.И. Современные тренды российской розничной

торговли // *Естественно-гуманитарные исследования*, 2021, no. 33(1), с. 42-46.

3. Борзаков Д.В., Лапина Д.А. Совершенствование маркетинговой политики ритейлеров: применение инструментов корпоративной социальной ответственности // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия:*

Экономика и управление, 2019, no. 4, с. 120-127.

4. Веремеенко О.С., Суслов Ю.Ю., Волошин А.В. Сущность рынка услуг розничной торговли продовольственными товарами и взаимодействие его участников // *Экономика и предпринимательство*, 2020, no. 4(117), с. 695-700.

5. Денисова Н.А., Наливайко Ю.А. Трансформация рынка продовольственных товаров во время пандемии: цифровизация мер по повышению эффективности продаж в условиях самоизоляции // *Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС*, 2020, т. 11, no. 4(46), с. 65-71.

6. Курочкина А.А., Бикезина Т.В., Орлова В.И. Влияние тенденции здорового питания на развитие рынка продовольственных товаров // *Наука и бизнес: пути развития*, 2020, no. 11(113), с. 171-176.

7. Розанова Л.И. Синергетический эффект процесса замещения импорта на рынке продовольственных товаров в условиях продуктового эмбарго // *Аграр-*

ная Россия, 2019, no. 9, с. 41-45.

8. Скуба Р.В. Стратегии позиционирования продукции на рынках продовольственных товаров // *International Agricultural Journal*, 2021, т. 64, no. 3, с. 170-178.

9. Скуба Р.В. Стратегические подходы продвижения бренда и развития ассортимента на рынках продовольственных товаров // *International Agricultural Journal*, 2021, т. 64, no. 3, с. 146-156.

10. Федотов А.Н. Особенности организации маркетинга сетевого продуктового ритейла в условиях новых торговых форматов // *Baikal Research Journal*, 2021, т. 12, no. 1.

11. Чернова В.Ю. Изменение поведения субъектов рынка продовольственных товаров под влиянием пандемии COVID-19 // *Индустриальная экономика*, 2021, т. 1, no. 4, с. 63-70.

12. Щепина С.В. Современные направления ассортиментной политики региональных розничных сетей на рынке продовольственных товаров // *Baikal Research Journal*, 2020, т. 11, no. 2.

ANALYSIS OF TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF RETAIL FOOD TRADE IN THE PRE-CRISIS PERIOD AND IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

Endovitsky Dmitrii Alexandrovich, Dr. Sc. (Econ.), Full. Prof.
Sukhareva Anastasija Alekseevna, graduate student

Voronezh State University, University Sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: nastya-sukhareva@mail.ru

Purpose: to identify the features of the dynamics of the retail market of food products in the conditions of socio-economic crises; to assess the effectiveness of measures of its state regulation in modern crisis conditions. *Discussion:* ensuring food security, preventing shortages of socially significant food products are the most important tasks of the state in a pandemic. In this regard, it is important to assess the dynamics of retail food sales, identify its key features, monitor pricing in this market and take timely supportive measures taking into account the interests of all parties involved, involve businesses in their implementation. Thus, the actual results of such an analysis are of interest to authorities, food producers, wholesale companies, retail chains and other interested users. *Results:* an assessment of the dynamics of the grocery retail market in the Russian Federation in the pre-pandemic periods and in the conditions of the current socio-economic crisis, taking into account the factors of inflation and changes in the population of the country; a comparative characteristic of the indicators of this market in three crisis periods: 2008-2009, 2014-2015 and now; the effectiveness of measures of state support for the provision of food to the population based on statistical indicators is given

Keywords: food products, demand, pandemic, retail trade, government regulation.

References

1. Ashihina L.A., Goloktionova Ju.G., Lisichkina N.V., Kuzina A.V., Shabanova T.I. Formirovanie cenovoj strategii predpriyatija na rynke prodovol'stvennyh tovarov [Formation of the company's pricing strategy in the food market]. *Vestnik OrelGIJeT*, 2021, no. 2(56), pp. 64-68. (In Russ.)
2. Belova L.A., Verona L.I. Sovremennye trendy rossijskoj roznichnoj trgovli [Modern trends in Russian retail trade]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovanija*, 2021, no. 33(1), pp. 42-46. (In Russ.)
3. Borzakov D.V., Lapina D.A. Sovershen-
4. Veremeenko O.S., Suslov Ju.Ju., Voloshin A.V. Sushhnost' rynka uslug roznichnoj trgovli prodovol'stvennymi tovarami i vzaimodejstvie ego uchastnikov [The essence of the food retail services
5. stvovanie marketingovoj politiki ritejlerov: primenenie instrumentov korporativnoj social'noj otvetstvennosti [Improvement of retailers' marketing policy: application of corporate social responsibility tools]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Ekonomika i upravlenie*, 2019, no. 4, pp. 120-127. (In Russ.)

market and the interaction of its participants]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2020, no. 4(117), pp. 695-700. (In Russ.)

5. Denisova N.A., Nalivajko Ju.A. Transformacija rynka prodovol'stvennyh tovarov vo vremja pandemii: cifrovizacija mer po povysheniju jeffektivnosti prodazh v uslovijah samoizoljicii [Transformation of the food market during the pandemic: digitalization of measures to improve sales efficiency in conditions of self-isolation]. *Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta upravlenija RANHiGS*, 2020, vol. 11, no. 4(46), pp. 65-71. (In Russ.)

6. Kurochkina A.A., Bikezina T.V., Orlova V.I. Vlijanie tendencii zdorovogo pitaniya na razvitie rynka prodovol'stvennyh tovarov [The influence of healthy eating trends on the development of the food market]. *Nauka i biznes: puti razvitija*, 2020, no. 11(113), pp. 171-176. (In Russ.)

7. Rozanova L.I. Sinergeticheskij jeffekt processa zameshhenija importa na rynke prodovol'stvennyh tovarov v uslovijah produktovogo jembargo [The synergetic effect of the import substitution process in the food market under the conditions of the food embargo]. *Agrarnaja Rossija*, 2019, no. 9, pp. 41-45. (In Russ.)

8. Skuba R.V. Strategii pozicionirovanija produkcii na rynkah prodovol'stvennyh tovarov [Product positioning strategies

in the food markets]. *International Agricultural Journal*, 2021, vol. 64, no. 3, pp. 170-178. (In Russ.)

9. Skuba R.V. Strategicheskie podhody prodvizhenija brenda i razvitija assortimenta na rynkah prodovol'stvennyh tovarov [Strategic approaches to brand promotion and product range development in the food markets]. *International Agricultural Journal*, 2021, vol. 64, no. 3, pp. 146-156. (In Russ.)

10. Fedotov A.N. Osobennosti organizacii marketinga setevogo produktovogo ritejla v uslovijah novyh tovgovyh formatov [Features of the organization of marketing of network grocery retail in the conditions of new trade formats]. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 1. (In Russ.)

11. Chernova V.Ju. Izmenenie povedenija sub'ektov rynka prodovol'stvennyh tovarov pod vlijaniem pandemii COVID-19 [Changing the behavior of food market entities under the influence of the COVID-19 pandemic]. *Industrial'naja ekonomika*, 2021, vol. 1, no. 4, pp. 63-70. (In Russ.)

12. Shhepina S.V. Sovremennye napravlenija assortimentnoj politiki regional'nyh roznichnyh setej na rynke prodovol'stvennyh tovarov [Modern directions of assortment policy of regional retail chains in the food market]. *Baikal Research Journal*, 2020, vol. 11, no. 2.