



Экономическая среда с
точки зрения маркетинга

Экономическая среда

- Экономическая среда представлена совокупностью факторов, со стороны которых наблюдается воздействие, обусловленное покупательной потребительской способностью и структурой потребления.
- Анализ данной среды предусматривает тщательное оценивание важнейших экономических переменных: темпов экономического роста, уровня инфляции, уровня процентной ставки по кредитам, курсов валют, а также уровень производительности труда, показатели торгового баланса, ставки налогов. В качестве наиважнейшего показателя выступает показатель валового внутреннего продукта.



Из-за невысоких темпов роста ВВП и небольших государственных финансовых фондов доходы различных групп российского общества растут незначительно и остаются пока еще очень небольшими. Российские потребители различным образом реагируют на ситуацию, сложившуюся с доходами:

Увеличивают свои ресурсы

- уменьшение трат
- формирование накоплений

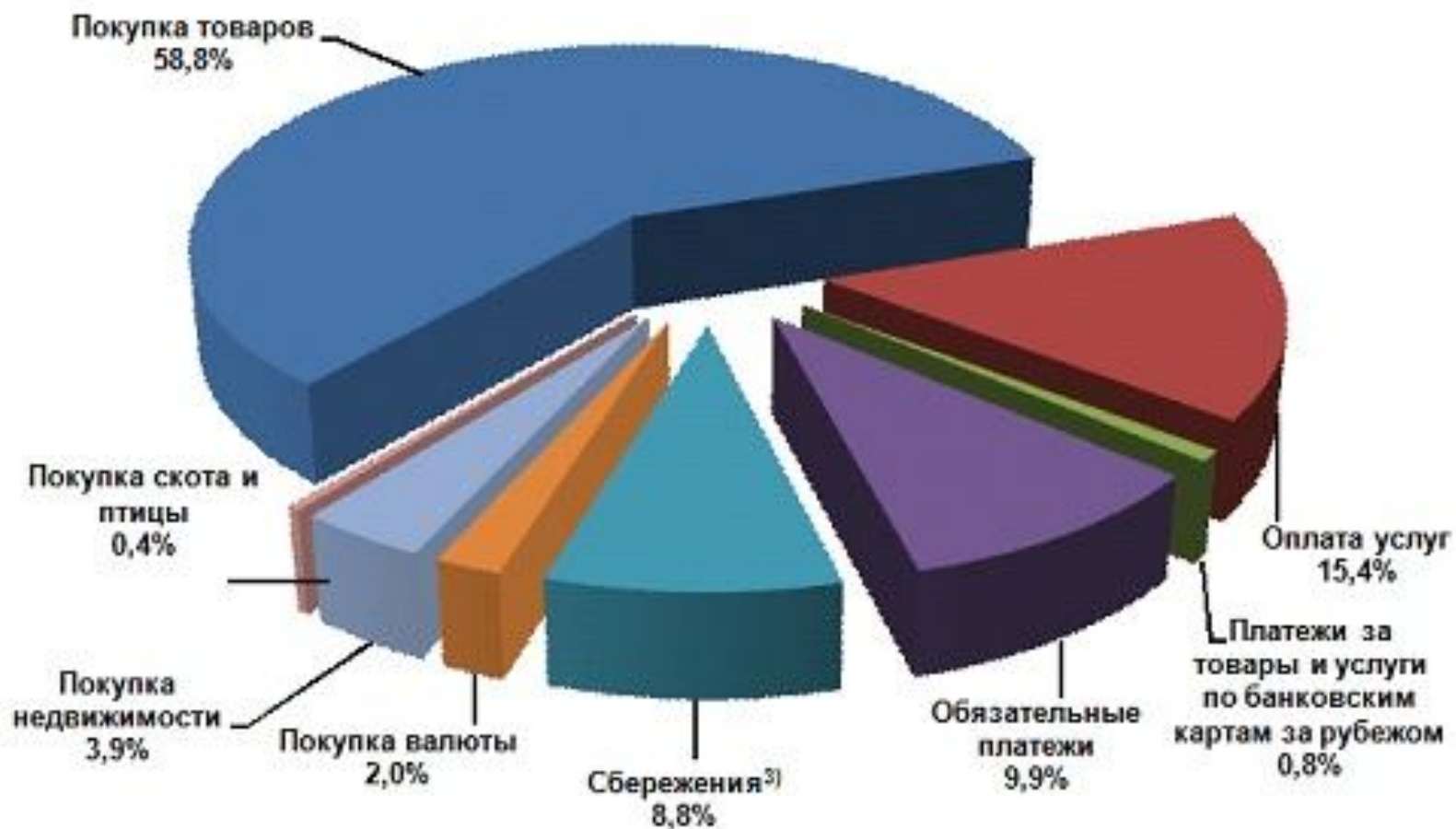
Изменяют покупательское поведение

- сокращение потребления
- выбор более дешевых товаров
- покупка продуктов и услуг через знакомых

Изменяют способ принятия решений о покупке

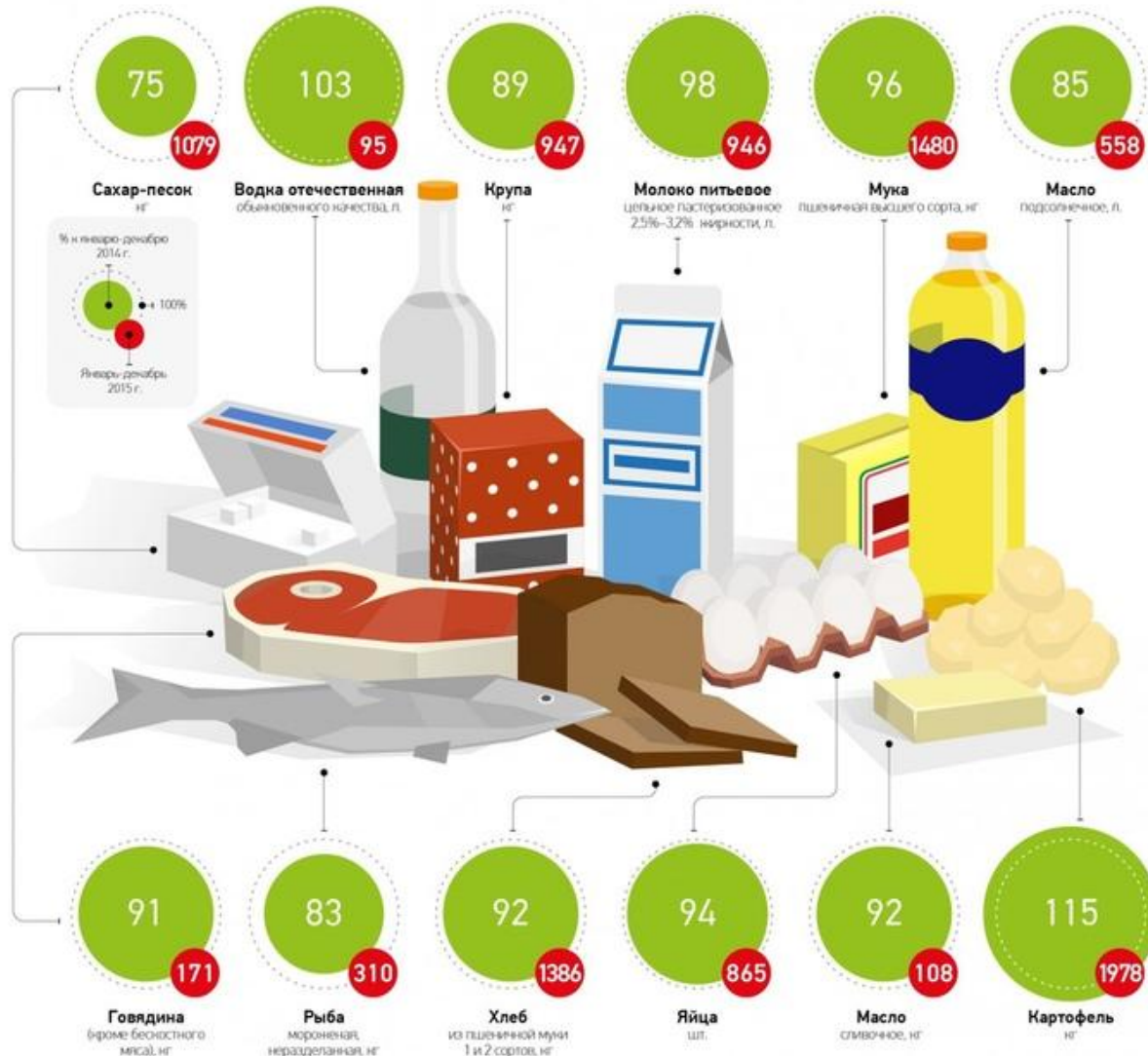
- приобретение стандартной продукции
- покупатель лучше разбирается в ценах

Структура денежных расходов населения (в процентах)



ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

Товары, которые эквивалентны среднемесячному доходу москвичей в 2015 году



Товары повышенного спроса:

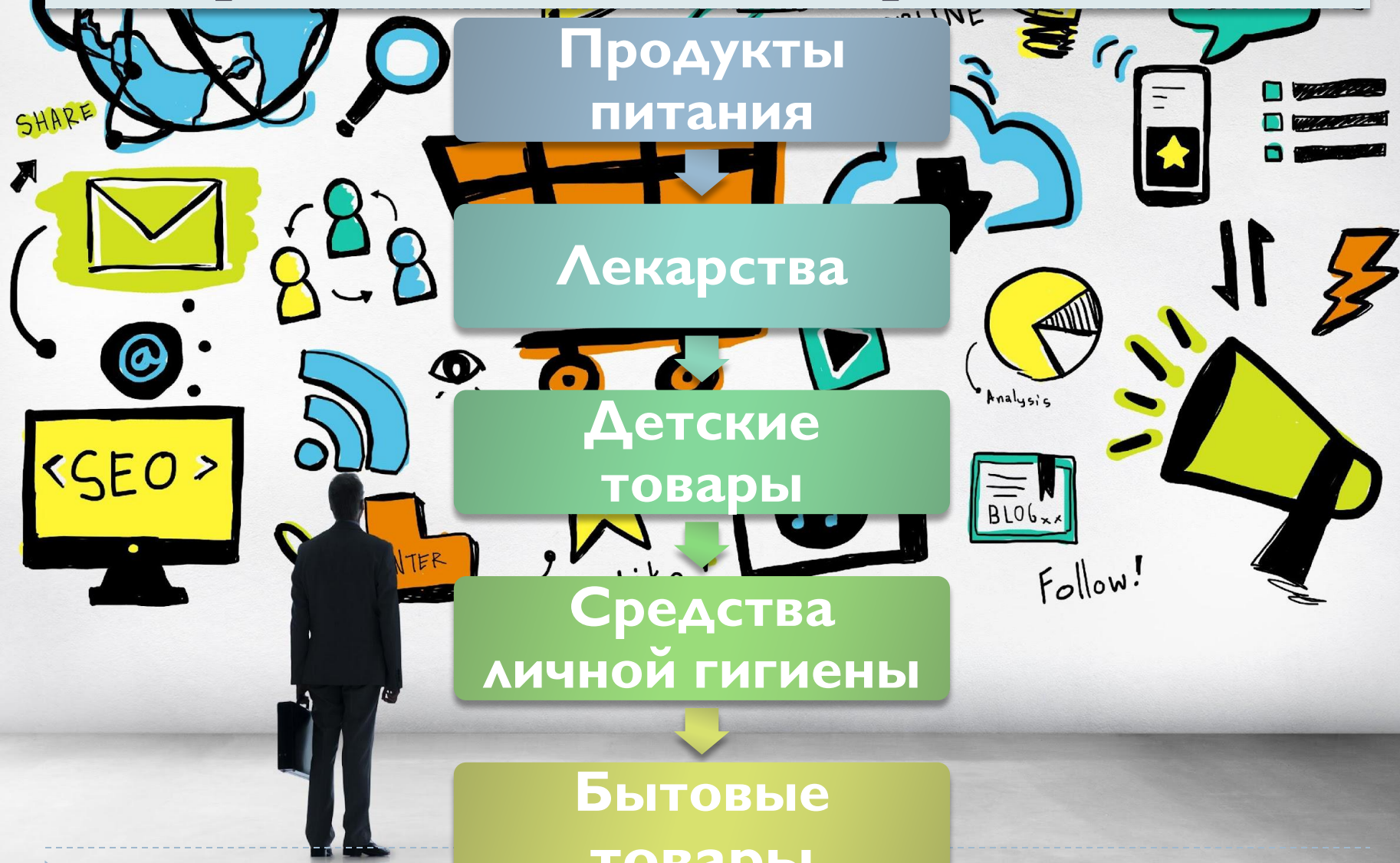
Продукты
питания

Лекарства

Детские
товары

Средства
личной гигиены

Бытовые
товары





Реальные доходы и сбережения населения (%)



Примечание. Реальные доходы – реальные располагаемые денежные доходы в % к соответствующему периоду предыдущего года. Сбережения – сбережения во вкладах и ценных бумагах, изменение средств на счетах индивидуальных предпринимателей, изменение задолженности по кредитам, приобретение недвижимости, покупка валюты – в % к общей сумме денежных доходов населения.

Источник: Росстат.

Тенденция 1. Увеличивают свои ресурсы

- Продавать товары в комплекте



Тенденция 2. Изменение покупательского поведения

- Открытие магазинов со товарами по фиксированной цене



Тенденция 3. Приобретение стандартной продукции

- Увеличение поставок проверенных товаров;





***Спасибо за
внимание!***