

# **АНАЛИЗ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И СТМ.**

**ПОДГОТОВИЛ ЗАТЯМИН ЯРОСЛАВ**

# РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

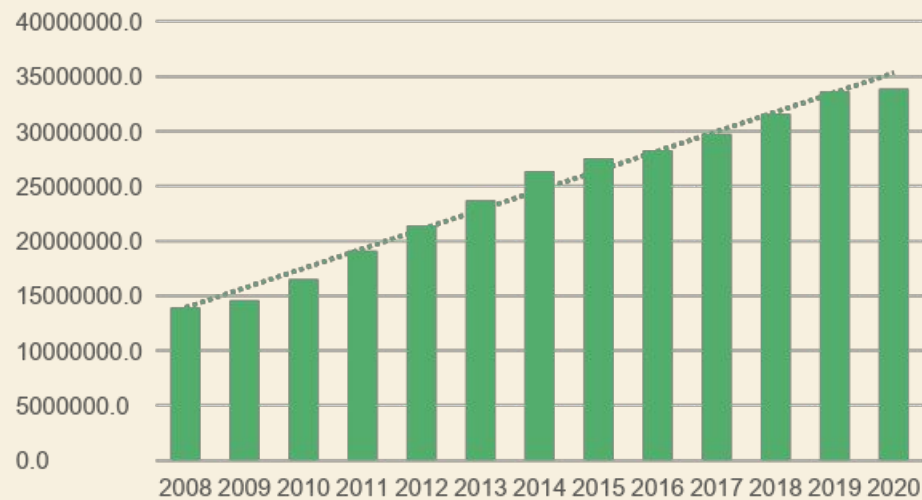


Рисунок 1. Оборот розничной торговли по РФ  
Составлено автором по данным Росстата URL: <https://rosstat.gov.ru/>

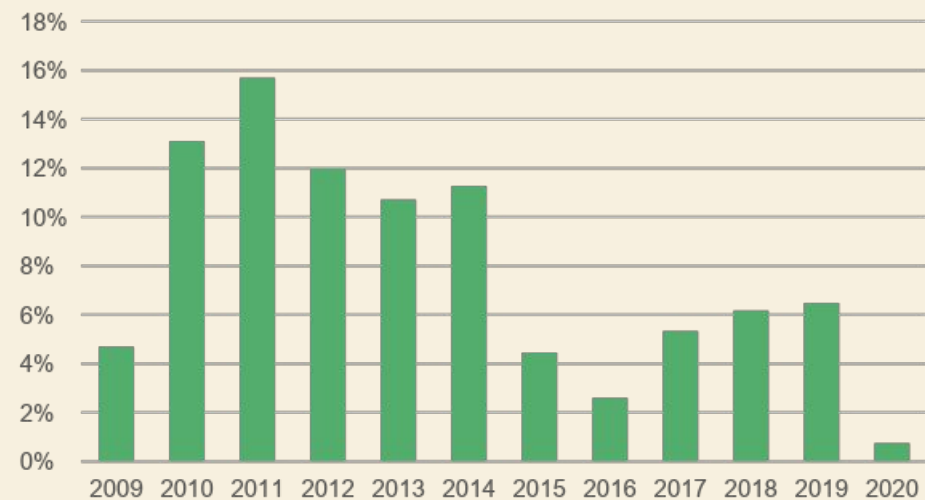


Рисунок 2. Увеличение оборота розничной торговли в РФ к прошлому году  
Источник: Составлено автором по данным Росстата URL: <https://rosstat.gov.ru/>

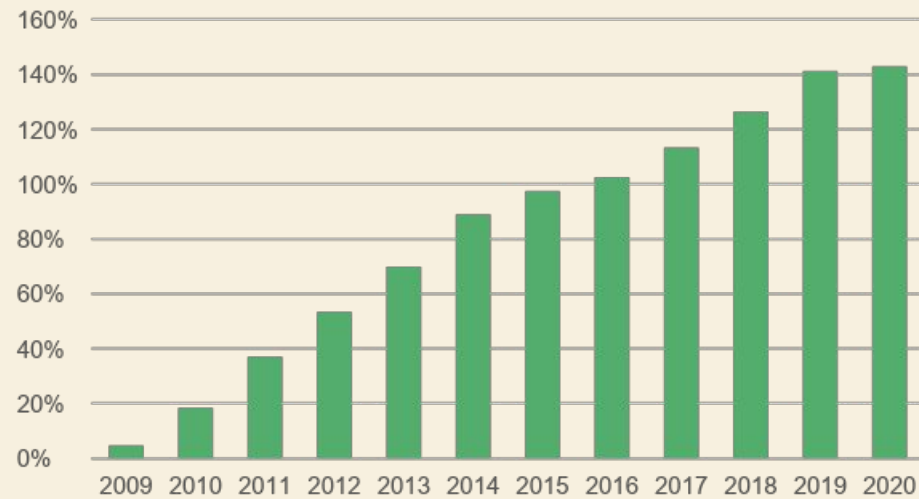


Рисунок 3. Увеличение оборота розничной торговли в РФ к базисному 2008 году  
Составлено автором по данным Росстата URL: <https://rosstat.gov.ru/>



Рисунок 4. Увеличение оборота розничной торговли в РФ к базисному 2008 году  
Источник: Составлено автором по данным Росстата URL: <https://rosstat.gov.ru/>



Рисунок 5. Сравнение годового прироста оборота розничной торговли в целом и непродовольственными товарами

Источник: Составлено автором по данным Росстата URL: <https://rosstat.gov.ru/>

# СТМ

| ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ   |          | ЭКОНОМИЧЕСКИЕ   |          |
|---|----------|---|----------|
| Фактор  | Важность | Фактор  | Важность |
| Ввод ограничений на ввозимый импортный товар                      | 0,93     | Скачки курсов валют   | 0,93     |
| Ужесточение государственного регулирования производства продукции | 0,48     | Инфляционные процессы   | 0,87     |
| Изменения законодательстве по охране окружающей среды             | 0,21     | Снижение покупательной способности потребителей               | 0,75     |
| Государственное регулирование конкуренции в отрасли               | 0,15     | Увеличение безработицы, уменьшение з/п                        | 0,47     |
| СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ  |          | ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ   |          |
| Фактор  | Важность | Фактор  | Важность |
| Изменение возрастной структуры населения                          | 0,75     | НТП   | 0,51     |
| Рост мобильности населения  | 0,33     | Законодательство в области технологического оснащения отрасли | 0,35     |
| Размер и структура семьи  | 0,31     | Развитие программного обеспечения                             | 0,21     |

| №                           | Факторы влияния   | Изменение в отрасли                                    | Изменение<br>В розничных сетях   | Действия   |
|-----------------------------|---|--|--|--|
| <b>ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ</b>    |   |  |  |  |
| 1                           | Ужесточение государственного регулирования производства продукции | Экономический спад и препятствование развитию          | Падение уровня предложения, в связи с чем снижение объема продаж.                | Взаимодействие только с проверенными и надежными производителями.  |
| 2                           | Изменения в законодательстве по охране окружающей среды           | Ужесточение законодательных нормативов для производств | Изменение технологий производства в соответствии с требованиями законодательства | Взаимодействие с удовлетворяющими законодательство производителями   |
| <b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ</b>        |   |  |  |  |
| 4                           | Снижение покупательной способности потребителей                   | Снижение покупательной способности потребителей        | Падение спроса на продукцию  | Уменьшение объемов производства товаров из высокого ценового сегмента. Разработка новых товаров под частной маркой из бюджетного ценового сегмента |
| 6                           | Инфляционные процессы   | Увеличение темпов роста инфляции                       | Обесценивание накоплений   | Разработка новых частных марок   |
| 7                           | Скачки курсов валют   | Увеличение курса доллара и евро по отношению к рублю   | Удорожание сырья для производства  | Оптимизация расходов на сырьё.   |
| <b>СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ</b> |   |  |  |  |
| 9                           | Изменение возрастной структуры населения                          | Старение населения                                     | Изменение спроса на продукцию  | Вывод новых продуктов, ориентированных на другую возрастную категорию. Разработка собственной торговой марки по определенным возрастным структурам |
| <b>ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ</b>      |   |  |  |  |
| 12                          | НТП   | Научно-технический прогресс в сфере производства       | Появление новых материалов, оборудования, технологий                             | Взаимодействие с высокотехнологичными производствами   |

# АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИЙ СОБЫТИЙ НА РЫНКЕ

|   |   |
|---|---|
| Падение предложения                                       | Закрытие границ вызывает логистические трудности для доставки импортных товаров, также уход и временная приостановка деятельности крупных торговых сетей вызывает падение предложения на товары. Для компаний, оставшихся на российском рынке это сильная сторона, ведь спрос на их товары вырастет, так и новые возможности, которые позволят занять компании новые, освободившиеся ниши.  |
| Падение курса рубля                                       | Данный фактор увеличивает стоимость закупки импортных товаров. Для компаний это означает уменьшение прибыли, поскольку затраты увеличиваются. Однако для компаний, у которых есть долгосрочные партнерские взаимоотношения с иностранными производителями это означает возможность аргументировать дополнительную скидку, особенно, если принять во внимание уменьшение предложения иных фирм и компаний. Таким образом, компания может договориться о скидке и увеличении партии поставки новых товаров, с целью увеличения своей прибыли путем большего объема реализации и снижении издержек на закупку.   |
| Падение запаса финансовой прочности                       | Не все компании имеют высокий запас финансовой прочности, что может сыграть на руку компании, имеющей высокий запас финансов, поскольку менее защищенные в финансовом плане компании могут выйти на стадию банкротства, либо понести потери в оценочной стоимости компании, что позволит произвести слияние или поглощение другой компании.   |
| Падение доходов населения.                                | Так как иностранные компании уходят с российского рынка, а санкции ограничивают возможности оставшихся компаний, то происходят потери рабочих мест и снижение зарплат, в связи с простоями в работе компаний, что напрямую ведет к падению доходов населения. Однако на фоне роста стоимости импортных брендованных товаров спрос на них будет падать, возрастая на более дешевые аналоги, что позволит СТМ показать себя во всей своей красе. Люди, которые раньше покупали брендовые товары начнут больше экономить и их взгляд падет на товары более дешевого ценового сегмента. А такими товарами на полках могут оказаться товары СТМ, что повысит объемы их продаж, а также при продолжительном употреблении и при условии получения положительного опыта, у потребителей возрастет лояльность к ним. |
| Трудности с логистикой импортных товаров из многих стран. | Поскольку закрываются границы с многими странами, то необходимо искать новых импортеров в странах-союзниках, тем самым это дает возможности к поиску более надежных поставщиков, которые будут подвержены политическим рискам в меньшей мере, в силу дружеской политики между страной производителя и Россией. Также это дает возможность еще больше укрепить партнерские взаимоотношения с компаниями из числа стран-союзников.  |

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

