



Дни ритейла на Балтике

Важное мероприятие в жизни ритейла Северо-Запада России прошло 18 и 19 августа в Калининградской области. Более 600 человек собрались в “Янтарь-Холле” Светлогорска, чтобы узнать больше о логистике, маркетинге, электронной коммерции и других важных составляющих современного ритейл-бизнеса в регионе.

Деловая программа калининградского форума объединила более двадцати экспертных и аналитических сессий. Ключевой стала тема пленарного заседания “*Потребительский рынок в условиях неопределенности. Обеспечение товарной безопасности региона*”. Представители органов власти и ритейла, руководители отраслевых союзов, поставщики и эксперты обсудили на площадках форума тренды потребительского рынка и текущую ситуацию на розничном рынке Северо-Запада и России.

По сообщению зам. директора департамента развития внутренней торговли Минпромторга РФ **Сергея Лобанова**, российский рынок успешно подстраивается под новую реальность. Сегодня у отрасли есть исторический шанс развернуться лицом к отечественным производителям. Российские бренды, наконец, должны получить существенные преференции, иметь возможность встать на полку, встретиться с потребителем и стать узнаваемыми, подчеркнул спикер.

Его поддержал зам. председателя правительства Калининградской области **Дмитрий Кусков**, заявив, что регионы ищут возможности для оказания помощи представителям оптово-розничной торговли. Это и изменение законодательства, и внедрение новых форматов продаж. Региональные власти стараются сдерживать цены для

потребителя и обеспечивать доступность товаров. Сегодня руководство региона совместно с бизнесом видит точки роста для развития производств.

Поддержка бизнеса сегодня — один из главных вопросов в условиях санкционного давления, и Калининградская область в ежедневном формате ищет решения для обеспечения товарной безопасности региона. В области отмечается рост спроса на продовольственные товары, и если раньше магазины предоставляли в основном зарубежные товары, то сейчас это — продукция российского производства и дружественных стран. Для доставки товаров используются обходные логистические пути, определяются новые отечественные поставщики.

В рамках аналитической сессии “*Потребительские тренды и трансформация ритейла*” обсуждалось, чем отличается потребительский рынок России.

Директор по работе с ритейлом NielsenIQ Россия **Константин Локтев** представил исследование трендов среди покупателей в настоящее время,

основными из которых являются экономия и переключение на более дешевые товары. Покупатель идет в магазины с более низкими ценами, ищет товары с промо-скидками или приобретает только необходимое в обиходе. По словам спикера, в 2020 г. наблюдалась стагнация рынка, в конце 2021 г. — начале 2022 г. начал восстанавливаться спрос и стало заметно усиление инфляции. Четко прослеживается тренд: покупатель приобретает меньше, при этом цены растут.

Компания NielsenIQ выяснила причины, по которым покупатели выбирают конкретные магазины. Среди них — низкие цены, соотношение цена/качество, интересные и привлекательные промоакции, удобное расположение, широкий ассортимент и постоянное наличие товаров на полке. Кроме того оказалось, что из объектов торговли россияне все чаще выбирают мини-маркеты (площадью до 300 кв. м), сделавшие ставку на расширение производственной продукции, и дискаунтеры (магазины у дома).

Статью целиком читайте в бумажной версии журнала

