

СЕКЦИЯ 1

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КОМПЛЕКСА И СФЕРЫ УСЛУГ

А. А. Алексеева, М. Р. Бычкова, Е. В. Чернорез
СПбГЭУ (Санкт-Петербург)
Научный руководитель — **Е. В. Чернорез**

УЧЕТ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА В ТОРГОВЛЕ

Данная тема актуальна в связи с исследованиями, доказывающими, что потребители обычно тратят всего несколько секунд на принятие решения о покупке товара, поэтому разнообразие ассортимента, его привлекательное представление и соответствие трендам изменения покупательского поведения играют важную роль в стимулировании продаж. Разберем основные изменения покупательского поведения в России в 2023 г., на которые должны опираться компании при формировании ассортимента.

1. Осознанное потребление. Чувство тревоги перед лицом глобальных потрясений последних лет вынуждают покупателей подходить к тратам разумно и отказываться от необязательных товаров.

2. Популярность маркетплейсов. Удобство данного канала продаж привлекает все больше потребителей.

3. Запрос на спокойствие. По данным Ipsos, более 50 % россиян желали бы замедлить темп жизни, 84 % полагают, что изменения в мире происходят слишком стремительно.

4. Экологическая повестка. Российские покупатели обеспокоены климатическими изменениями. Особое отношение к экологической проблеме у молодых родителей. Для них важно выбирать для своих детей только безопасные и натуральные продукты [1].

5. Интерес к локальному. Местные продукты воспринимаются покупателями более экологичными, безопасными и более привлекательными по соотношению цены и качества.

6. Внимание к здоровью. Глобальная мода на увеличение собственного благополучия может привести к усилению маркетинговых тенденций, связанных со здоровьем, включая продажу полезных продуктов, гуманную коммуникацию бренда, концентрацию на ощущениях и эмоциях клиентов.

Рекомендуется для формирования рационального ассортимента обратить внимание на нишевые продукты, которые предлагают специфическую выгоду для потребителей. Например, натуральные продукты без искусственных добавок или органические продукты. Доля жительниц России, следящих за здоровым образом жизни, по данным Росстата, последовательно растет: с 63 % в 2020 г. до 71 % в 2022 г. Анализ рынка продуктов для веганов в России, проведенный BusinesStat в 2022 г., показал, что за последние 5 лет продажи таких продуктов выросли в 2,9 раза.

Также следует обратить внимание на экологичную продукцию. Исследование, проведенное аналитическим центром НАФИ и Экологическим союзом, показало, что 20 % жителей крупных городов России предпочитают эко-товары, даже если они стоят дороже обычных. Готовность покупать товары с экологичной маркировкой высокая: 66 % респондентов заявили, что при отсутствии препятствий они предпочли бы покупать именно экологичные товары [2].

Рационально подобранный ассортимент — один из главных критериев успеха продавца. Потребительское поведение меняется, и важно быстро реагировать на новые тренды и формировать подходящий ассортимент.

Источники

1. Больше половины россиян уверены, что ведут здоровый образ жизни [Электронный ресурс] // Интерфакс. — Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/903939>. — Дата доступа: 06.05.2023.

2. Среди россиян растет готовность покупать экологичные товары [Электронный ресурс] // New Retail. — Режим доступа: https://new-retail.ru/novosti/retail/sredi_rossiyan_rastet_gotovnost_pokupat_ekologichnye_tovary/. — Дата доступа: 02.12.2023.