

*Макаров А.А., к.э.н., доцент,
Московский гуманитарный университет;
Чикалова Л.С., к.э.н., доцент,
ДИНО – филиал ГУ «Дубна»,
Дмитровский район Московской обл.;
Паутова А.В., к. с-х.н., доцент,
Московский областной филиал СПбГУП,
Солнечногорский р-н Московской обл.*

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ИХ ВОЗМОЖНОЕ ВЛИЯНИЕ НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТОРГОВОЙ СЕТИ

В работе рассматриваются вопросы влияния факторов внешней среды на аспекты маркетинговой деятельности ведущей торговой сети России и её структурных подразделений.

Ключевые слова: розничная торговля; торговая сеть; торговая организация; маркетинговая деятельность; внешняя среда; влияние факторов внешней среды на маркетинговую деятельность.

*Makarov A.A., Candidate of Economics, Associate Professor,
Moscow University for the Humanities;
Chikalova L.S., Candidate of Economics, Associate Professor,
DINO - branch of GU "Dubna,"
Dmitrovsky district of the Moscow region;
Pautova A.V., Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor,
Institute of Arts and Information Technology, Solnechnogorsk district of the
Moscow region.*

ENVIRONMENTAL FACTORS AND THEIR POSSIBLE IMPACT FOR MARKETING ACTIVITIES OF THE TRADING NETWORK

The paper discusses the impact of environmental factors on aspects of marketing activities of the leading trading network of Russia and its structural divisions.

Keywords: retail; trading network; trade organization; marketing activities; external environment; influence of environmental factors on marketing activities.

Торговые сети, под которыми понимается «совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации» [1], в н.в. занимают значительный удельный вес в формировании показателей розничного товарооборота нашей страны. По нашему мнению, их высокая конкурентоспособность обусловлена постоянным учетом факторов внешней и внутренней среды, оказывающих значимое влияние на финансово-хозяйственную деятельность, и необходимостью разработки соответствующих им технологий [7].

Практическое влияние факторов внешней среды на маркетинговую деятельность рассмотрим на примере ведущей торговой сети по реализации электроники и бытовой техники – ООО «ДНС Ритейл», основанной в 1998 г. и насчитывающей более 2600 магазинов.

Охарактеризуем аспекты политико-правового регулирования:

1. Государственная политика в области стандартизации товаров и услуг розничной торговли может оказать значительное влияние на бизнес ООО «ДНС Ритейл» (разработка и введение новых стандартов качества приведет для компании к возможности изменения ассортимента товаров).

ООО «ДНС ритейл» владеет собственными брендами, каждый из которых представляет свою линейку продуктов. Например, для выпуска в обращение мобильных телефонов на территории ЕАЭС потребуется подтвердить соответствие устройств требованиям Технических регламентов Таможенного союза ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования», ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств», ТР ЕАЭС 037/2016 «Об ограничении применения опасных веществ в изделиях электротехники и радиоэлектроники».

Изучение структуры реализованных товаров в ООО «ДНС ритейл» за 2020-2022 гг. показывает, что доля продажи смартфонов за анализируемый период снизилась с 12,4% (69581 тыс. руб.) до 10,8% (85216 тыс. руб.), в то время как общий товарооборот организации увеличился на 41,3%. Полагаем, что в случае введения новых стандартов, возможно дальнейшее снижение их удельного веса в структуре товарооборота [12].

2. Механизмы таможенного регулирования проявляются в том, что при введении новых правил взимания таможенных пошлин на импортные товары их стоимость может увеличиться, что оказывает влияние на спрос. Так, Правительство РФ Постановлением от 06.05.2023 N 710 «О внесении изменений в постановление Правительства РФ от 26 марта 2020 г. N 342» ввело фиксированный таможенный сбор для юрлиц, которые ввозят в страну электронно-телекоммуникационное оборудование. Всего в списке 108 групп товаров, многие из которых постоянно присутствуют в ассортименте сети (компьютеры, вычислительные машины и их блоки; смартфоны; фотокамеры, кинокамеры и кинопроекторы; консоли и оборудование для видеоигр и пр.). Таким образом, независимо от размера партии товаров ООО «ДНС ритейл» будет платить фиксированный взнос.

3. Политическая стабильность и безопасность в регионах, где находятся магазины и объекты инфраструктуры ООО «ДНС Ритейл»,

являются значимыми факторами. Нестабильность и конфликты в регионах могут привести к ухудшению экономической ситуации и снижению покупательной способности населения, что может отразиться на товарообороте компании.

4. Необходимо учитывать и аспекты региональной и муниципальной политики в области землепользования, строительства и развития инфраструктуры, которые могут повлиять на размещение магазинов. Например, если муниципалитет запретит строительство магазинов в определенных районах, то это может ограничить возможности расширения бизнеса компании.

5. Политика конкуренции и антимонопольное регулирование оказывают влияние на бизнес ООО «ДНС Ритейл». Чрезмерное антимонопольное регулирование может привести к ограничению возможностей компании для расширения бизнеса и конкуренции на рынке.

Собственники и менеджмент ООО «ДНС ритейл» в феврале 2022 г. решили увеличить розничные цены (на 30%) в связи с ажиотажным спросом на фоне падения курса рубля. Федеральная антимонопольная служба направила в компанию запрос и выдала предостережение о «недопустимости совершения действий, которые могут нарушать закон о защите конкуренции» [12].

Рассмотрим экономические факторы:

1. Макроэкономическая ситуация в России напрямую влияет на деятельность ООО «ДНС Ритейл». Общеизвестно, что если национальная экономика находится в кризисе, то потребители могут сократить свои расходы на товары электроники, что отразится на показателях деятельности специализированных торговых сетей. Так, по данным Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) товарооборот в крупнейших сетях в 2022 г. сократился на 5% в натуральном выражении, что свидетельствует о стремлении потребителей экономить [2].

2. Мировая экономическая ситуация также оказывает влияние на деятельность ООО «ДНС Ритейл». Изменения в мировой экономике могут повлиять на цены на импортируемые товары или изменить конкурентную ситуацию на рынке. Например, если происходит рост курса доллара, то цены на импортируемые товары могут вырасти, что может отразиться на показателях розничного товарооборота ООО «ДНС Ритейл».

3. Рыночные циклы в отрасли электроники могут оказать влияние на деятельность ООО «ДНС Ритейл». Например, если на рынке происходит рост продаж новых моделей смартфонов, то компания может увеличить свою прибыль за счет увеличения продаж. Однако, если на рынке происходит спад продаж, то компания может столкнуться с проблемами в удержании своих позиций на рынке.

Потребительский спрос на смартфоны поделился на два сегмента. В первом — аппараты, которые предлагают максимальную производительность за доступные средства, во втором — мощные флагманы. Однако первый сегмент по объёму продаж существенно превосходит второй, что обусловлено распространением технологий в странах Азии и Африки и непрекращающимся финансовым кризисом.

4. Инфляция может повлиять на деятельность ООО «ДНС Ритейл». Если цены на электронику растут быстрее, чем увеличивается покупательская способность населения, то это может привести к снижению продаж и прибыли компании.

Проанализируем возможное влияние социально-культурных факторов:

1. Общественные тенденции существенно влияют на деятельность сети. Общеизвестно, что если в обществе возрастает интерес к использованию инновационных технологий, то компания должна следить за новинками в этой области и предлагать их своим клиентам.

2. Сформированное мнение потребителей имеет огромное значение для ООО «ДНС Ритейл». Компания должна следить за отзывами клиентов, чтобы улучшать качество обслуживания и товаров. Если у клиентов возникают претензии, то компания должна быстро на них реагировать и искать пути решения проблемы. Положительные отзывы и рекомендации клиентов также могут положительно повлиять на деятельность компании.

3. Реклама и пропаганда могут оказывать значительное влияние на деятельность ООО «ДНС Ритейл». Компания должна разрабатывать эффективные рекламные кампании, которые будут привлекать новых клиентов и удерживать старых. Общеизвестно, что реклама также может помочь компании укрепить свой имидж и создать у клиентов положительное впечатление о бренде [5, 14, 15].

Технологические факторы обусловлены следующими тенденциями:

1. Развитие электронной коммерции и онлайн-платежей может оказать положительное влияние на деятельность ООО «ДНС Ритейл», поскольку это позволяет компании расширить свой рынок и увеличить количество клиентов. Кроме того, онлайн-платежи упрощают процесс покупки для клиентов, что может привести к увеличению продаж. По аналогии с другими хозяйствующими субъектами, в этом направлении компания должна улучшать свой интернет-магазин и предлагать удобные условия доставки [3, 4, 9].

2. Рост использования мобильных устройств также может быть положительным фактором для ООО «ДНС Ритейл». Компания может разработать мобильное приложение и адаптировать свой сайт под мобильные устройства, что позволит клиентам быстро и удобно делать покупки в любое время и в любом месте [6, 13].

3. Развитие искусственного интеллекта и аналитики данных может помочь ООО «ДНС Ритейл» оптимизировать свои процессы и повысить эффективность продаж. Например, компания может использовать

аналитику данных для выявления потребностей клиентов и предлагать им более подходящие товары и услуги. Кроме того, искусственный интеллект может помочь автоматизировать процессы в компании и снизить затраты на персонал [8, 10, 11].

Таким образом, постоянные инвестиции в инновационные решения в условиях появления и широкого распространения торговых предприятий, реализующих аналогичную продукцию, могут помочь ООО «ДНС Ритейл» развиваться и быть более конкурентоспособной компанией на рынке. По примеру российских сетей, компания может внедрять современные технологии в свои бизнес-процессы, улучшать качество обслуживания потребителей и предлагать им новые товары и услуги.

Обобщая представленную информацию, отметим, что менеджмент торговой сети должен постоянно следить за изменениями факторов внешней среды и адаптироваться к ним, чтобы сохранять конкурентоспособность и стремиться к улучшению и оптимизации своих бизнес-процессов (в т.ч. и в маркетинговой деятельности).

Список используемых источников

1. ГОСТ Р 51303-2023 «Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-ст).
2. Ассоциация компаний розничной торговли: официальный интернет-ресурс. URL: <https://www.acort.ru/>. (дата обращения: 25.11.2024).
3. Башина, О. Э. Теоретическое обоснование использования интернет-технологий в маркетинговой деятельности / О. Э. Башина, А. В. Лазарев // Ученый совет. – 2022. - № 7. – С. 482-485.
4. Гаврилина, О. П. Перспективные направления использования технологии блокчейн в цифровом маркетинге / О. П. Гаврилина, В. М. Комаров, А. А. Макаров // Путеводитель предпринимателя. – 2018. - № 40. – С. 99-109.

5. Депутатова, Е. Ю. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий / Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко. – 3-е изд. – М.: ИТК "Дашков и К", 2022. – 144 с.
6. Депутатова, Е. Ю. Современные технологии развития электронной коммерции и их применение в розничной торговле / Е. Ю. Депутатова, Л. П. Дашков, С. Б. Ильяшенко // Экономические системы. – 2024. – Т. 17, № 2. – С. 34-46.
7. Зинцова, М. В. Организация розничной продажи товаров: маркетинговый подход: учебное пособие / М. В. Зинцова. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 89 с.
8. Инновационное развитие экономических систем в условиях цифровизации / М. А. Измайлова, В. И. Николаев, М. Я. Веселовский [и др.]. – М.: ООО "Издательство "Мир науки", 2021. – 291 с.
9. Комаров, В. М. Современные средства продвижения товаров и услуг / В. М. Комаров, И. Н. Красюк // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия: сборник научных статей международной научно-практической интернет-конференции, Гомель, 25 октября 2018 г. / Под научной редакцией О. В. Пигуновой. – Гомель: БТЭУПК, 2018. – С. 63-66.
10. Крылова, Е. Б. Совершенствование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях перехода к цифровой экономике / Е. Б. Крылова, Т. В. Подсветова, М. А. Симакина. – М.: Московский гуманитарный университет, 2021. – 214 с.
11. Кудинов, А. А. Инновационная деятельность в продуктовом ритейле на примере компании "ВкусВилл" / А. А. Кудинов, А. С. Ряполов, Н. В. Ребрикова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. - № 1. – С. 64-73.
12. Общество с ограниченной ответственностью «ДНС ритейл»: официальный интернет-ресурс. URL: <https://www.dns-shop.ru> (дата обращения: 25.11.2024).

13. Ребрикова, Н. В. Мобильное приложение – новый эффективный канал коммуникации с целевой аудиторией / Н. В. Ребрикова, О. А. Шальнова // Экономика. Бизнес. Банки. 2018. – № 4 (25). – С. 136-152.
14. Симакина, М. А. Современные маркетинговые коммуникации / М. А. Симакина, О. М. Кожина. – М.: Московский гуманитарный университет, 2019. – 160 с.
15. Шальнова, О. А. Коммуникативные аспекты маркетинговой деятельности: Рекомендовано УМС по высшему образованию в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по направлениям подготовки "Менеджмент", "Торговое дело", "Сервис", "Управление персоналом" / О. А. Шальнова, Н. В. Ребрикова. – 2-е издание. – М.: ИТК "Дашков и К", 2024. – 202 с.