

## ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА ОДЕЖДЫ НА АССОРТИМЕНТНУЮ МАТРИЦУ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ



**Шальнова Ольга Александровна,**

к. э. н., доцент кафедры технологий и управления продажами, РЭУ им. Г.В. Плеханова (117997, Москва, Стремянный переулок, д. 36)  
OlgaShalnova@mail.ru



**Зинцова Марина Владимировна,**

к. э. н., доцент кафедры технологий и управления продажами, РЭУ им. Г.В. Плеханова (117997, Москва, Стремянный переулок, д. 36)  
Zintsovamv@mail.ru

На рынке одежды в настоящее время наблюдается сокращение темпов роста. Значительное влияние на формирование такой тенденции оказывают снижение доходов населения, рост инфляции, снижение численности населения, высокая степень эластичности спроса на одежду, взаимное ужесточение санкций между Евросоюзом, США и Россией, повышение курса евро и доллара, изменение состава игроков рынка одежды. В данной сфере российская экономика держит курс на импортозамещение, переориентацию на другие рынки, но это достаточно долгий процесс, который только начинается. Тем не менее, следует отметить и положительные тенденции: потенциал и перспективность онлайн-рынка одежды в России. Компании, работающие на рынке продаж одежды, ощущают влияние экономических и политических факторов, в связи с чем должны очень внимательно относиться к формированию своей ассортиментной матрицы. Люди не прекратят покупать одежду, однако будут подходить к покупке более экономно. Важно сохранить поток потребителей, учитывая все детали меняющейся ситуации. В статье авторы предлагают вариант оптимизации торгового ассортимента на примере одной из компаний, реализующих женскую и мужскую одежду фэшн-сегмента в Интернете, с учетом изменяющихся факторов рынка.

**Ключевые слова:** рынок одежды; структура рынка одежды; ассортимент женской одежды; ассортиментная матрица; оптимизация ассортимента.

На выбор одежды влияет множество факторов: экономическое состояние общества, социальный статус, покупательная способность населения, демографическая структура общества, культура общества и его мировоззрение на исследуемом этапе развития, модные тенденции, уровень научно-технического процесса, а также духовные потребности человека: индивидуальные эстетические потребности, особенности характера человека и даже настроение.

Рынок одежды в России составляет 6% от общего объема продаж в секторе розничной торговли российского рынка [1]. Однако последние два года наблюдается сокращение темпов его роста. Такая тенденция объясняется общим

углублением экономического кризиса в стране с конца 2014 года, девальвацией рубля, высоким уровнем инфляции, который составил 12,91% по итогам 2015 года [2], как следствие, снижением доходов потребителя и падением спроса на потребительские товары. Значительное влияние на сокращение темпов роста рынка одежды оказывает взаимное ужесточение санкций между Евросоюзом, США и Россией, а также сокращение импорта в Россию. За 1-е полугодие 2015 года в Рос-

сию было импортировано одежды на 36% меньше по сравнению с 1-м полугодием 2014 года [3]. Необходимо учесть, что доля импорта на российском рынке составляет более 60%. Крупнейшими поставщиками в 2014 году являлись Китай (\$3,79 млрд), Турция (\$549 млн), Бангладеш (\$491 млн), Белоруссия (\$480 млн), Италия (\$440 млн) [4].

Доля женской одежды составляет 50% от всего объема рынка одежды и составляет 931 млрд руб. (рис. 1) [5].



Рис. 1. Структура российского рынка одежды по товарным группам, 2013 г.