

Рубрику ведет
Светлана
ЯКОВЛЕВА

ЭКОНОМЯТ НА МЯСЕ, РЫБЕ, КОФЕ И ШОКОЛАДЕ

ИХ ЗАМЕНЯЮТ ПРОСТЫМИ, НО КАЛОРИЙНЫМИ ПРОДУКТАМИ



ПОКУПАЮТ РЕЖЕ И МЕНЬШЕ

— ЛЮДИ СТАЛИ ЭКОНОМИТЬ на продуктах не первой необходимости, — рассказали в маркетинговой службе одной из петербургских сетей. — Например, кофе, шоколада, орехов, рыбы, мяса стали покупать значительно меньше.

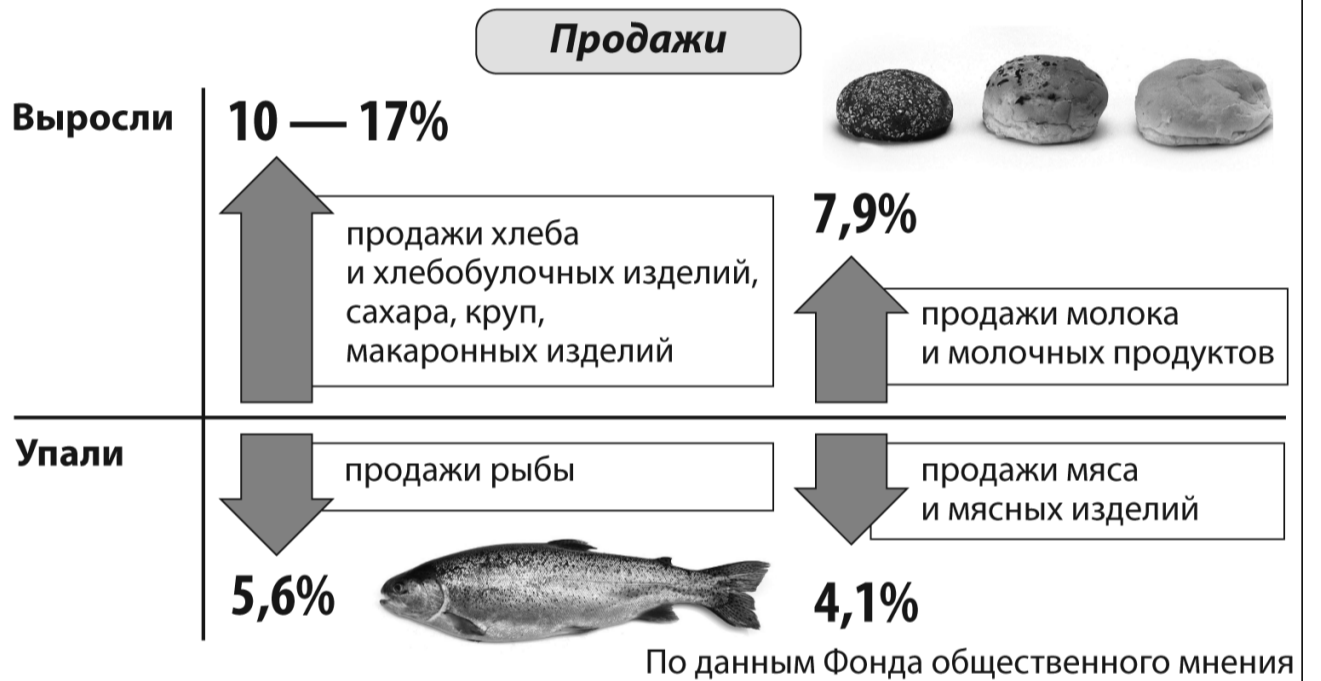
Чтобы привлечь покупателей, торговля придумывает различные хитрые маркетинговые ходы.

В супермаркете, где наша газета проводила мониторинг цен, пошли на то, чтобы для постоянных покупателей — владельцев дисконтных карт снизить цены на некоторые товары чуть ли не вдвое. Например, томаты (Россия) без карты стоят 90,99 руб., а по карте — 42,99 руб. Огурцы (Белоруссия) без карты — 52,99 руб., а по карте — 33,99 руб. Нектарины (Турция) без карты — 125 руб., а по карте — 69 руб. Видя такую разницу, люди охотнее берут товар, однако на самом деле ниже реальной цены никакие сети продавать продукты не станут.

Каким образом формируются цены на продукты — это тайна, в которую не могут проникнуть даже контролирующие организации. Региональная антимонопольная служба в отчете по итогам работы за первое полугодие указывает, что возбуждено сразу несколько дел «по признакам нарушения Закона о торговле». В рассмотрении находятся дела в отношении сетей «О'КЕЙ», «Лента» и «Перекресток». Две последние организации, по мнению антимонопольщиков, навязывали поставщикам условия, по которым они должны были заключать договоры по продвижению товаров, что означает автоматическое увеличение отпускных цен.

Торговые сети нынче представляют нечто вроде удельных княжеств, живущих по каким-то своим законам, поэтому и цены у них иногда отличаются в разы. К примеру,

Спрос сместился в пользу более простых и калорийных продуктов



диапазон цен на муку одного сорта за килограмм в разных сетях колеблется от 60 до 82 руб., сахара — от 34 до 55 руб., на молоко одной жирности за одинаковую упаковку — от 50 до 70 руб. Поэтому настоятельно советуем делать покупки не спеша и разборчиво. Выберите время и пройдитесь по разным магазинам, сравните цены и купите там, где дешевле. Экономия может получиться значительная.

ОДНАКО!

Свято место — не пусто

ВЗАМЕН ТОРГОВЫХ БРЕНДОВ,
ПОКИНУВШИХ РОССИЮ, ПРИХОДЯТ НОВЫЕ

За последний год в Петербурге закрылось не менее полутора десятков магазинов известных зарубежных брендов одежды и обуви. Они уходят с рынка из-за резкого падения покупательского спроса. Однако некоторые представители зарубежной массовой торговли, наоборот, полагают, что сейчас самое время завоевывать российский рынок. Вскоре в Петербурге появится магазин, где будет продаваться одежда модной марки, которая пока представлена только в Москве. Компания, развивающая японский одежный бренд, анонсировала в СМИ запуск нового проекта в Санкт-Петербурге.

«КАК И ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ японской розничной сети, здесь можно будет купить качественные вещи мужской, женской и детской коллекций по доступным ценам», — сообщается в официальном релизе компании. Планируется, что открытие магазина состоится в декабре 2015 года.

Также на днях в одном из крупных петербургских ТРК открылся магазин испанской марки нижнего белья, которая уже имеет 40 собственных магазинов в России. Как говорится в пресс-релизе, выпущенном компанией, она укрепила высокие темпы роста на российском рынке, несмотря на девальвацию рубля. По отчетным данным руководства фирмы, «рост продаж особенно ускорился весной и летом, показатели увеличились на 20%, несмотря на кризис».

Эксперты утверждают, что уже в будущем году можно ожидать возвращения в Россию некоторых ранее ушедших с рынка популярных брендов зарубежной одежды.

Цены в различных торговых сетях могут отличаться в разы. Поэтому настоятельно советуем делать покупки не спеша и разборчиво. Выберите время и пройдитесь по разным магазинам, сравните цены и купите там, где дешевле. Экономия может получиться значительная.

Фото Натальи ЧАЙКИ



Российский рынок по-прежнему привлекателен для западных фирм.