

## СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

- **Бесперебойное обеспечение** населения продовольственными **товарами** на фоне сдерживания роста цен;
- Рост и **развитие онлайн-сектора**;
- **Окупаемость инвестиций** в современные цифровые технологии.

## СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

- **Неразвитость инфраструктуры:** логистической, транспортной, цифровой (онлайн-ритейл);
- **Избыточное** государственное **регулирование**, сильная зависимость бизнеса от контроля;
- **Нехватка** квалифицированных, лояльных и правильно мотивированных **сотрудников**.



Продовольственный  
рынок  
России

## ВОЗМОЖНОСТИ

- Выход на **новые рынки** (географические, продуктовые);
- Высвобождение и удешевление части **ресурсов** (персонал, складская инфраструктура, торговые площади, заемные денежные средства);
- Ускоренное **внедрение цифровых технологий** в бизнес-процессы компаний и др.

## УГРОЗЫ

- **Падение покупательской способности** населения РФ;
- **Переориентация** производителей на **внешний рынок**;
- **Рост влияния государства**; неадекватность и несвоевременность мер господдержки.

# СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

	Степень выраженности	
	Более выраженная	Менее выраженная
<b>Бесперебойное обеспечение населения продовольственными товарами</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Налажено обеспечение населения всеми необходимыми товарами (в первую очередь: социально значимыми);</li> <li>▪ Выделение специального времени для закупки товаров уязвимыми перед болезнью слоями населения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Последовательная политика сдерживания цен для потребителей (в том числе за счет снижения собственной маржинальности); </li> <li> Продолжение действия внутренних скидок (промо + социальные группы), даже с учётом снижения выручки; </li> <li>▪ Проблема ажиотажного спроса на отдельные категории товаров ликвидированы в кратчайшие сроки;</li> </ul>
<b>Рост и развитие online-сектора</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Дистанционная торговля устаканивается в крупных городах и идет в глубинку; </li> <li> Налаживание работы доставки и пунктов выдачи заказов (бесконтактная доставка и снижение трафика в offline-магазинах); налаживание межотраслевой кооперации. </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Выход производителей в online;</li> <li>▪ Налажены мультиканальные продажи;</li> <li>▪ Временное трудоустройство персонала других компаний, испытывающего трудности в связи с ограничениями на работу.</li> </ul>
<b>Окупаемость инвестиций в современные цифровые технологии</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Расширение базы данных для анализа и персонализации продуктов / услуг;</li> <li>▪ Внедрение касс самообслуживания;</li> <li>▪ Внедрение форматов магазинов «без продавцов».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Повышение физической доступности дефицитных товаров для населения: через магазины, вендинговые аппараты, службы доставки, аптеки, АЗС и др.</li> </ul>

# СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

	Степень выраженности	
	<i>Более выраженная</i>	<i>Менее выраженная</i>
<b>Неразвитость инфраструктуры</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Отсутствие возможности доставки заказов «на дом» в регионах; </li> <li>▪ Сложность в использовании online-сервисов пожилым населением и отдельными категориями граждан-инвалидов;</li> <li> Низкая интеграция со смежными online-сервисами; </li> <li>▪ Перебои в поставках некоторых продовольственных товаров;</li> <li>▪ Не везде есть бесконтактный способ оплаты.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Обеспечение парковочных мест для сотрудников доставки;</li> <li>▪ Частичная зависимость от импортных товаров и услуг; оборудования, комплектующих; цифровых решений;</li> <li>▪ Сильная зависимость от торгово-развлекательных центров, ограниченных в функционировании.</li> </ul>
<b>Избыточное государственное регулирование</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Усиление федерального и регионального контроля за ценообразованием (в большей степени в регионах с маленькой плотностью населения);</li> <li>▪ Высокая зависимость некоторых сегментов продовольственного рынка от гос. ограничений.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Увеличение требований к предоставлению документации по обеспечению безопасности на местах.</li> </ul>
<b>Нехватка квалифицированных, лояльных и правильно мотивированных сотрудников</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Отсутствие своевременной замены сотрудников и усиления персонала при массовом увольнении или из-за резкого изменения уровня занятости;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Нехватка опыта у менеджмента организаций (для многих это первый серьезный кризис; важные решения принимаются медленно);</li> <li>▪ Внутренняя конкуренция, в т.ч. франшиз (отсутствие перенаправления клиентопотоков в соседние магазины).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Высокий уровень закредитованности производителей и ритейлеров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Использование компаниями перекрестного субсидирования (дорогая-дешевая продукция) </li> </ul>

# УГРОЗЫ

Вероятность реализации угрозы	Влияние		
	<i>сильное</i>	<i>умеренное</i>	<i>слабое</i>
<i>Высокая</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Падение покупательской способности населения: сокращение доходов, безработица, экономия.</li> <li>▪ Увеличение цен товаров и услуг (курс доллара, зависимость от иностранных поставщиков и др.)</li> <li>▪ Неплатежи по всей цепочке формирования цены</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Переориентация производителей на внешний рынок</li> <li>▪ Социальная напряженность, расслоение общества</li> <li>▪ Разрушение единого экономического пространства</li> <li>▪ Плохая выживаемость некоторых каналов продаж</li> <li>▪ Рост межрегиональных барьеров в движении товаров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Зависимость от производителей селекционных и посадочных материалов, ингредиентов, оборудования и комплектующих для АПК</li> <li>▪ Медленный трансфер цифровых технологий от крупного к среднему и малому бизнесу</li> </ul>
<i>Средняя</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Изменение потребительских предпочтений, «шок лояльности»;</li> <li>▪ Снижение качества товаров и ассортимента</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Увеличение затрат, связанных с обеспечением безопасности, их законодательное закрепление</li> <li>▪ Увеличение количества потребителей, которые перейдут на самообеспечение;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Сокращение инвестиций в развитие новых технологий для использования в АПК</li> <li>▪ Вторая волна вируса</li> <li>▪ Мировой продовольственный кризис (засуха, голод)</li> </ul>
<i>Низкая</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Регуляторные изменения, усложняющие ведение бизнеса</li> <li>▪ Национализация бизнеса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Дополнительные санкции в отношении России</li> <li>▪ Развитие монополий</li> </ul>	

# ВОЗМОЖНОСТИ

Вероятность использования возможности	Влияние		
	<i>сильное</i>	<i>умеренное</i>	<i>слабое</i>
<i>Высокая</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Повышение общего имиджа продовольственного рынка;</li> <li>Укрупнение бизнеса и всё большая концентрация качественных ресурсов (рост числа M&amp;A сделок; удачное время для headhunting);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Высвобождение дополнительных ресурсов и их удешевление;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Собственная offline-розница → online-розница производителя;</li> <li>Возможность бесплатного запуска online-магазина;</li> <li>Осуществление коллективных закупок продуктовых наборов социальными службами.</li> </ul>
<i>Средняя</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Возможность выхода на новые рынки: географические и продуктовые (например, зарубежный рынок);</li> <li>Ускоренное внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы компаний;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Широкая верт. и горизонт. кооперация между участниками;</li> <li>Увеличение потенциала взаимодействия с потребителями «в online»;</li> <li>Ускорение внедрения «безопасных» форматов торговли;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ускоренное развитие форматов «магазин (или кафе, ресторан, аптека, развлечения и др.) в магазине»;</li> <li>Усиление мультиканальной и кросс-форматной конкуренции;</li> <li>Персонализация и повышение адресности продукта (услуги), благодаря информации из online.</li> </ul>
<i>Низкая</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Расширение ассортимента товаров, разрешенных к дистанционной продаже;</li> <li>Программа адресной продовольственной помощи;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Создание системы «гарантий качества» свежей продукции в online (быстрее всех это сделает малый бизнес);</li> </ul>	

# ЧЕМУ ВСЕ МОГУТ ПОУЧИТЬСЯ?

Соглашения о временном трудоустройстве сотрудников (Спортмастер, Сбермаркет и Почта России; KFC, Burger King и Магнит, iGoods, Gett и другие компании)



E-commerce for Small Business

Бесплатные решения по запуску онлайн-магазинов

Самообеспечение может стимулировать продажи домашних садов и огородов



Чат-боты для выбора подходящей продукции компании



Возможность самостоятельного планирования помещения товарами компании



Привычные вендинговые автоматы должны стать полностью бесконтактными

Распространение получат доступные социальные наборы на весь день



Кооперация и сотрудничество

AR для «примерки» косметических средств на лице потребителя





Спасибо

компаниям продовольственного рынка за помощь населению!



HEMINGWAY



RESTAURANT

СБЕРМАРКЕТ

