



КАЗУС

ПО МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ

Изготвил:

Проверил:

Бургас, 2017

1. Потърсете най-новата информация за GRDI от цитираната в казуса литература и оценете пазарните позиции на България и сходните с нея пазари в глобалния ритейлинг (използвайте като пример Фигура 2). Какви са позициите на емергентните пазари в глобалния ритейлинг, вкл. BRIC?

Съгласно данните от ATKearney 2017, 2016 и 2015 година България не присъства в индекса¹.

Последната класация за страната е през 2014 година².

Съгласно нея България е на пътя на средния растеж, където бавната реформа след падането на комунизма първоначално е възпрепятствала растежа на търговията на дребно.

Пазарната позиция на България може да се оцени като „заседнала“ или с други няма развитие и затова тя е отпаднала от класацията.

През 2016 г. потребителите от ЕС-28 разполагат със средно 16 153 евро на човек, което е +0,7% (номинално) по-висока покупателна способност в сравнение с предходната година. Важно е обаче да се отбележи, че несъответствията в обменния курс влияят негативно на този темп на увеличение, особено с обезценяването на британския паунд. В страните от Централна и Източна Европа има най-високи темпове на растеж.

Прогнозата на 2017 година е, че се очаква силен ръст за страните от ЕС-28. GfK прогнозира стабилен оборот от +1,4% за страните от ЕС-28 през 2017 г. Районите с растеж от миналата година също са сред водещите през 2017 г. Румъния (+ 9,8%) и Унгария (+5,7%) имат особено динамични темпове на растеж. Съгласно изследването на GfK се очаква ръст на оборота между 4 и 5,5% за Хърватия, България и балтийските държави. Ръст на оборота от 5,3% се очаква за Полша, поради поскъпването на полската злота, както и увеличаването на приходите и цените³.

Като цяло, обемът на продажбите е нараснал с +0,7% в ЕС-28 през 2016 г. Тъй като населението също се е увеличило през същия период, продажбите на глава от населението също са се увеличили с 0,4% до 1,17m². Но цените се различават значително в цяла Европа. В Централна и Източна Европа се наблюдава ръст на фона на доброто потребителско настроение и предимно над средния темп на растеж на търговията на дребно.

¹<https://www.atkearney.com/documents/10192/12766530/The+Age+of+Focus%E2%80%93The+2017+Global+Retail+Development+Index.pdf/770c5a53-d656-4b14-bc6c-b0db5e48fdc1>

² <https://www.atkearney.at/documents/3709812/4606343/The+GRDI.Graduates.FINAL.pdf/12c526f2-3398-42c7-999c-28dd5193721a>

³ <http://www.gfk.com/insights/press-release/european-retail-central-and-eastern-europe-gaining-ground/>