



# ОБЗОР РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2018

**Начнем подводить итоги уходящего года и всматриваться в наступающий.**

**За прошедший 2018 год оборот российского ритейла вырос. Ситуацию можно назвать стабильной. Однако эксперты рынка настроены не очень оптимистично: факторов, которые мешают росту рынка, слишком много. Один из них – россияне обеспокоены ростом цен на товары и все еще находятся в состоянии экономии.**

**Как ритейл пережил этот год, какие прогнозы на будущий и что происходит с потребительским настроением – читайте в нашем материале.**



## Влияние санкций

Отечественный ритейл по-прежнему находится под влиянием экономических санкций. Эксперты **отдела аналитики британского журнала «Экономист»** полагают, что их действие на российскую экономику в целом и розницу в частности будет сказываться как минимум на протяжении еще пяти лет. Отметим, что именно санкции дали старт активному производству товаров «Сделано в России». Ожидается, что данная тенденция сохранится вплоть до 2022 года.

По данным **экспертов компании Coface**, которые проанализировали ситуацию в российском ритейле, на сектор розничной торговли приходится 16% российского ВВП (данные на 2017 год). Продовольственные продукты и безалкогольные напитки (30% от общего объема расходов домохозяйств), одежда и обувь (10%), алкоголь и табачные изделия (6%) составляют основу бытового потребления россиян. Еще 6% трат приходится на мебель, бытовые приборы и электронику.

В отличие от продуктового ритейла, в котором доминируют местные игроки, непродовольственный сектор представлен широким

рядом крупных европейских компаний, в числе которых Inditex, H&M, Benetton, LPP (одежда и обувь), IKEA, Leroy Merlin, Castorama, Obi (товары для дома и ремонта). В категории цифровой электроники и крупной бытовой техники лидируют местные сети «М.Видео», «Эльдорадо» и DNS. Популярные универсальные магазины также принадлежат в основном местным предпринимателям: в премиальном сегменте – ГУМ и ЦУМ, посередине – лицензированный представитель Marks & Spencer, в эконом-сегменте – местные мелкие игроки.

## Оборот ритейла вырос

Как и на любом развивающемся рынке, продажи в российском розничном секторе сильно зависят от экономического климата в стране, отмечается в докладе **компании Coface**. Так, в 2015 и 2016 годах розничные продажи упали на 10% и 4,6% соответственно. Это падение было вызвано уменьшением реальных располагаемых доходов потребителей в результате удешевления нефти и ослабления рубля с последующим резким ростом цен на

импортную продукцию, начавшимся в 2014-м. С 2013 по 2016 год реальный располагаемый доход домохозяйств упал на 10%. Несмотря на то что доходы населения снизились и в 2017 (на 1,7%), продажи в розничном секторе выросли на 1,2%. Этот первый с 2014 года положительный результат стал следствием стабильных продаж в пищевом ритейле и относительно высокого спроса на непродовольственную продукцию – например, на бытовую электронику и мобильные телефоны.

Росту спроса, по мнению аналитиков компании **Coface**, способствовал сравнительно низкий темп инфляции (2,5% после 7% и 15,5% в предыдущие годы), которого удалось достичь благодаря одновременному действию ряда факторов. В их числе – укрепление рубля, рост спроса на розничное кредитование, активные маркетинговые кампании ритейлеров и повышение потребительской уверенности вкупе со снижением сберегательной активности на 3%.

По данным за девять месяцев 2018 года, оборот розничной торговли в РФ увеличился на 2,6% в сопоставимых ценах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 22,727 трлн рублей. Об этом говорится в оперативном докладе Росстата. В месячном исчислении оборот ритейла в РФ в сентябре сократился на 1,1%, тогда как в августе наблюдался рост на 3,6%. По итогам III квартала 2018 года оборот розничной торговли вырос на 2,6% к соответствующему периоду прошлого года, составив 8,124 трлн рублей.

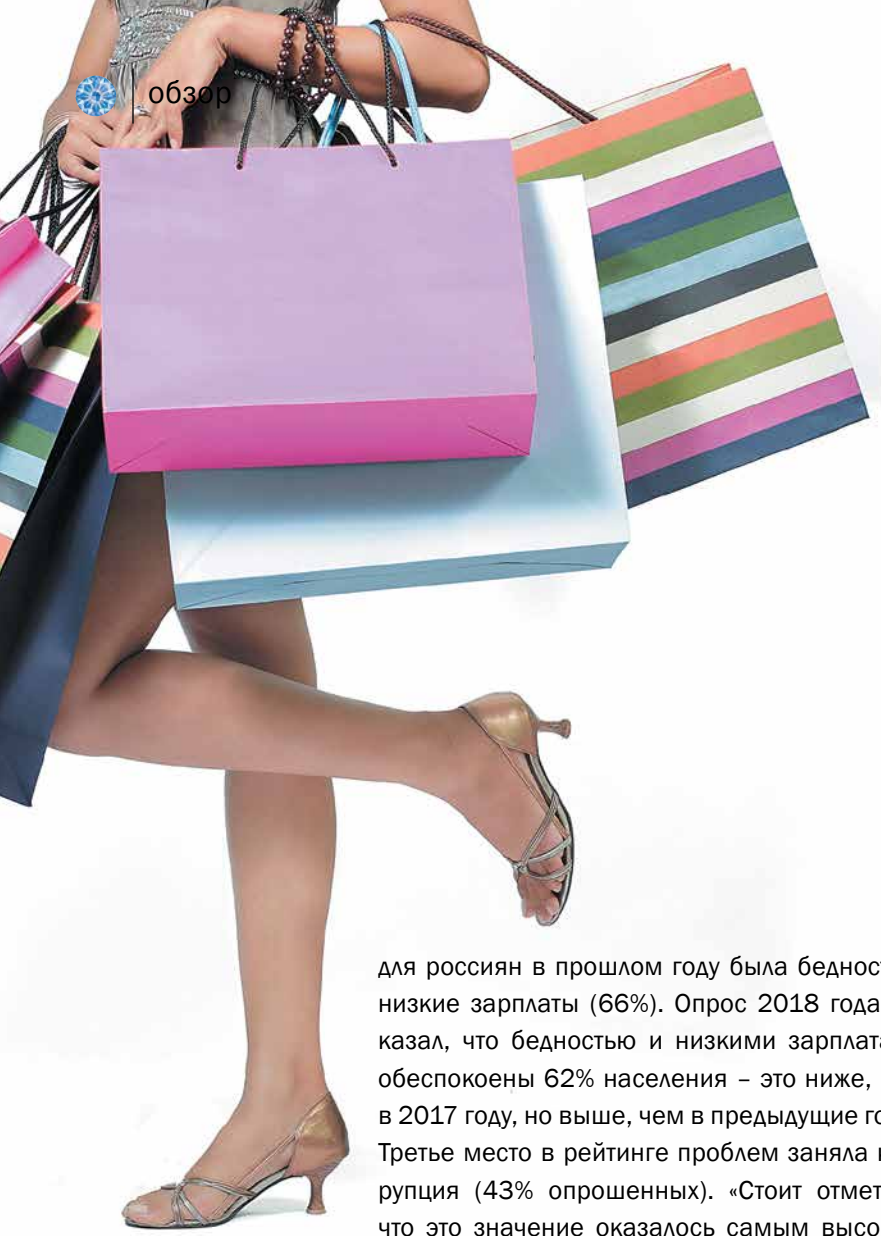
## Потребительское настроение

Ситуация на рынке стабильная с преобладанием пессимистических настроений. Об этом сообщил директор по работе с розничными сетями **Nielsen Россия Дмитрий ШВЕЦОВ** в ходе конференции «Поставщики и сетевой ритейл», организованной Русспродсоюзом в сентябре 2018 года. 2/3 потребителей находятся в режиме экономии, 65% потребителей экономят каждый день. В 2019 году потребители ожидают роста цен, связанного с увеличением НДС и ослаблением национальной валюты.

Рост цен на товары и услуги стал для россиян важнейшей проблемой в 2018 году, тогда

как вопрос бедности и низких доходов занял второе место среди основных проблем общества, сообщается в исследовании холдинга **«Ромир»**. В опросе приняли участие 1,5 тыс. респондентов старше 18 лет из всех типов населенных пунктов и всех федеральных округов России. Аналогичные исследования проводились холдингом и в прошлые годы, это позволяет отследить динамику изменения отношения жителей страны к проблемам общества. «В текущем году наиболее значимыми проблемами для россиян вновь стали высокие цены и инфляция. Об этом заявили 72% участников общероссийского опроса. Тогда как в 2017 году проблема роста цен беспокоила 56% респондентов. Самым главным вопросом





обзор

для россиян в прошлом году была бедность и низкие зарплаты (66%). Опрос 2018 года показал, что бедностью и низкими зарплатами обеспокоены 62% населения – это ниже, чем в 2017 году, но выше, чем в предыдущие годы. Третье место в рейтинге проблем заняла коррупция (43% опрошенных). «Стоит отметить, что это значение оказалось самым высоким за пять лет», – указывает «Ромир». В 2017 году коррупцией были обеспокоены 36% респондентов. В свою очередь, безработицу в качестве внутренней проблемы общества выбрали 42% россиян (в 2017 году – 36%). Холдинг

отмечает, что в текущем году данный показатель также оказался самым значимым за всю историю наблюдений.

Чтобы справиться с ростом цен, многие сограждане (25% опрошенных) перераспределяют бюджет в пользу увеличения трат на еду и необходимые товары. И точно такое же количество – 25% респондентов – реже покупают одежду и сокращают расходы на развлечения (см. гистограмму). Таковы результаты октябрьского общероссийского опроса «Ромир». Аналогичные опросы проводились в 2014 и 2012 годах, что позволяет отследить динамику в вопросе противостояния росту цен.

Стоит отметить, что по результатам аналогичного опроса, проводившегося четыре года назад, перераспределение семейного бюджета как способ борьбы с ростом цен или инфляцией занимало первое место. Зато по сравнению с результатами шестилетней давности количество тех, кому приходится больше тратить на еду и товары первой необходимости, выросло на 5%. Реже всего к такому способу экономии прибегают самые молодые респонденты – 18–24 лет и 25–34 лет (12% и 18% соответственно) в отличие от возрастной группы свыше 60 лет, в которой такой ответ дали 41% опрошенных. Среди доходных групп таким образом чаще всего экономит категория граждан с низкими доходами – 36%, на втором месте те, у кого средний доход – 19%. Среди группы с высокими доходами перераспределяет семейный бюджет в пользу продуктов или самых необходимых покупок всего 13%.

### Как вы (ваша семья) справляетесь с ростом цен/инфляцией? (%)



Источник данных: «Ромир», общероссийский опрос, октябрь 2018

И только 8% россиян отметили, что зарабатывают достаточно и могут себя ни в чем не ограничивать. По сравнению с 2014 годом процент тех, кто не экономит, практически не изменился. По сравнению с 2012-м количество респондентов, выбравших такой вариант ответа, сократилось почти в 2 раза. Стоит отметить, что чаще всего о том, что могут позволить себе все, что хотят, заявляли опрошенные в возрасте от 25 до 34 лет – 14%.

Уровень потребительского доверия, который оценивает компания Nielsen, в этом 2018 году изменился незначительно. По данным за II квартал, индекс потребительского доверия в России вырос с 68 до 70 пунктов, следует из исследования The Conference Board и Nielsen. Показатель сокращался с III квартала 2017 года, когда он также был на уровне 70 пунктов. К концу прошлого года индекс снизился до 69 пунктов, а по итогам I квартала 2018-го – до 68 пунктов.

Индекс складывается из оценки потребителями перспектив на рынке труда, уровня финансового благополучия и готовности к тратам. Так, во II квартале 2018 года доля россиян, которые считают, что сейчас не лучшее время тратить деньги, снизилась на 2 процентных пункта (п.п.) – до 20%. Число респондентов, положительно оценивающих перспективу на рынке труда, выросло на 4 п.п. – до 22%, а доля рос-

сиян, ожидающих хороших или отличных финансовых перспектив на ближайшие полгода, снизилась с 32% до 31%.

**Директор по аналитике и консалтингу Nielsen Россия Константин ЛОКТЕВ** связывает некоторое укрепление потребительской уверенности с низкой инфляцией, ростом реальных зарплат и сезонным фактором: как правило, в этот период настроения улучшаются. По подсчетам Росстата, в апреле-июне месячная инфляция была на уровне 0,3–0,5%. Зарплата в январе-июне выросла на 8,7% в реальном выражении год к году. **Руководитель группы розничного сектора Deloitte Владимир БИРЮКОВ** добавляет, что во II квартале в российской экономике в целом наблюдалась стабильность, а свою роль в улучшении потребительских настроений мог сыграть и позитивный эмоциональный фактор от ЧМ-2018.

Как отмечается в исследовании, число россиян, тратящихся на покупку одежды, выросло на 3 п.п. – до 40%, на отпуск – на 2 п.п. – до 29%, а на развлечения вне дома – на 1 п.п. – до 31%. По оценкам Conference Board и Nielsen, доля экономящих россиян во II квартале осталась на уровне 65%. Так, 54% респондентов сокращают расходы на новую одежду, 53% переключаются на более дешевые бренды продуктов, а половина тратит меньше на





развлечения вне дома. Тенденция к экономии у потребителей сохраняется, о чем свидетельствует популярность промоакций.

В целом, несмотря на положительные итоги квартала, в **Nielsen** не ожидают серьезной позитивной динамики потребительских настроений до конца года. Повышение НДС, валютные колебания, новые витки санкций способны повлиять на экономическое благосостояние населения, а «интенсивный информационный фон» вокруг этих тем отражается на восприятии будущего, поясняет **Константин ЛОКТЕВ**. По словам **Владимира БИРЮКОВА**, в последние несколько лет россияне стали более прагматичными в расходах, и нестабильность курса рубля может стимулировать покупателей сдержанно относиться к тратам.

## Прогноз на 2019 год

По прогнозам Минэкономразвития, по итогам 2018 года продажи в розничном секторе могут вырасти почти на 3%. Эксперты считают, что этот прогноз можно назвать оптимистичным, так как доходы потребителей и темп эко-

номической активности растут не настолько быстро. Ожидается, что реальный располагаемый доход россиян немного вырастет благодаря государственным программам социальной поддержки и списанию налоговой задолженности 42 млн человек на общую сумму почти 700 млн долл. (45% от общей просроченной задолженности домохозяйств).

Прогнозируется, что даже если в 2019 году отрасль продолжит расти, темп роста будет значительно ниже, чем в докризисные годы (например, 6% с 2010 по 2012 год, 3,9% в 2013-м). Отдельно стоит отметить повышение ставки НДС с 18 до 20% с 1 января 2019 года. Введение схемы возврата НДС для иностранных туристов с октября 2018-го вряд ли поможет уравновесить негативные последствия такого шага для предпринимателей и потребителей, отмечается в аналитическом докладе компании **Coface**. В то же время темп инфляции может ускориться, а снижение уровня ставок по кредитам прекратиться, что также не поспособствует росту покупательской активности. Кроме того, объемы реальных располагаемых доходов россиян до сих пор не вернулись к докризисному уровню.

Однако несмотря на неблагоприятные факторы, рынок российского ритейла остается привлекательным для бизнеса благодаря своему размеру (144 млн человек – крупнейший в Европе) и высокой доле городского населения (74%), сконцентрированного большей частью в крупных городах с развитой и современной деловой инфраструктурой. Помимо Москвы и Санкт-Петербурга в России есть еще 13 городов с населением более 1 млн человек, что предлагает ритейлерам широкие возможности для выхода на новые региональные рынки.

## Продолжение следует

*В следующих номерах мы расскажем о тенденциях на рынке российского ритейла. Как меняются форматы розничной торговли, привычки потребления, что интересного в коллаборациях, как влияет цифровизация на офлайн-магазины и что происходит в онлайн-торговле. Читайте «Навигатор ювелирной торговли» и на [www.njt.ru](http://www.njt.ru)*

