**Не такой уж и плохой год**

**Показатели потребительских рынков России в 2013-м году не столь плохи, как это может показаться на первый взгляд. Замедление темпов роста - это не «кризис потребления», а скорее свидетельство «зрелости» многих рынков. Потребительский сектор остается вероятным «локомотивом» общего экономического роста на 2014-й и 2015-й годы. Особенно, в условиях затягивающейся сырьевой и инвестиционной «пауз». Но, рост этот будет носить не «фронтальный», а весьма избирательный и фрагментированный характер. И за него надо будет очень сильно побороться.**

**ИГОРЬ Березин - ведущий эксперт исследовательского холдинга Ромир, президент Гильдии Маркетологов**

В 4-м квартале 2013-го года экономический негатив в новостном поле явно преобладал над позитивными новостями, и могло сложиться впечатление, что и весь год не задался. «Горячие головы» уже поспешили объявить о кризисе потребительского рынка, а то и всей модели «экономики потребления». А, между тем, это совершенно не соответствует действительности. Ситуация на российском потребительском рынке в 2013-м году в целом корректно может быть названа – «снижение темпов номинального (и реального) роста», но никак не «кризис потребления».

Возьмем, к примеру, рынок автомобилей. Да, по предварительной оценке комитета авто-производителей Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕБ) объем рынка (в штуках) в 2013-м году сократился по сравнению с 2012-м годом примерно на 5,5% - до 2,76 млн. автомобилей. По натуральному объему российский автомобильный рынок по прежнему занимает второе (после Германии) место в Европе и шестое место в мире. Кстати, еще в сентябре 2013-го прогноз АЕБ по итогам года давал снижение на 7 – 8% в годовом выражении. Пустячок, а приятно. Еще приятнее то, что в стоимостном выражении рынок не только не снизился, но и вырос: на 8 – 15% в рублях и на 5 – 8% в долларах США. Это произошло потому, что снижение объемов продаж коснулось в первую очередь «бюджетного» сегмента авторынка. В то время как в сегменте, например, компактных внедорожников (именуемых в народе «паркетниками») наблюдался как раз довольно впечатляющий рост (порядка 20%). Это как-то совсем не похоже на «кризис потребления».

На 2014-й год АЕБ прогнозирует дальнейшее снижение продаж автомобилей в натуральном выражении на 3 – 4% за год. В свете хороших данных по декабрю (+4%) этот прогноз выглядит излишне пессимистичным. Но, даже если он оправдается, то с учетом продолжающего изменения структуры рынка (спроса) можно будет ждать дальнейшего роста рынка в стоимостном выражении. По крайней мере – в рублях.

По предварительным данным Роспогранслужбы, ФМС и Ростуризма число российских туристов, отдохнувших в странах дальнего зарубежья, в 2013-м году выросло на 24%. А их совокупные расходы на заграничные поездки возросли на 18%. «Стоимость» одной усредненной поездки при этом снизилась на 5%. Совсем не похоже на «кризис потребления». И было бы очень похоже на бум, если бы не относительно невысокие объемные показатели. В 2013-м году туристические поездки совершали не более 10% россиян (некоторые из них, правда, совершили по две-три-четыре поездки за год), против показателей в 25 – 50% по странам Западной Европы. В условиях усилившейся волатильности на валютном рынке трудно делать прогноз туристического рынка на 2014-й год. В 2009-м году 35-процентная коррекция курса рубля к доллару (плюс – падение производства и рост безработицы) привела к сокращению числа зарубежных туристических поездок на 17%. Если коррекция курса рубля в 2014-м году не превысит 15 – 20% есть надежда, что сокращение зарубежного туризма также не превысит 5 – 10% в количестве поездок. Просто часть туристов переориентируется на более «экономичные» варианты проведения отдыха (Турция, Египет, Болгария и т.п.). И / или – более короткие туры: неделя – 11/12 дней вместо двух недель, 3-4 дня вместо недели.

По данным кинопрокатчиков общие сборы от кинопоказа в России в 2013-м году составили рекордные 43 млрд. руб. (около одного млрд. евро). Годовой рост показателя составил 10%. При среднем увеличении цены билета на 5%. Не похоже ни на бум, ни на кризис. В 2012-м году рост сборов от кинопоказа составлял 11,5%; в 2011-м – 13%. Не ожидается провала и в 2014-м году. По крайней мере – год начался неплохо. Предварительные данные за январь весьма оптимистичны. Сборы от кинопоказа выросли на 6,5% (в долларах) по сравнению с январем 2013-го. А количество проданных билетов выросло на 11%. Конечно, такой результат во многом объясняется удачным стечением обстоятельств – сразу пять фильмов ( в т.ч. три российских: «Елки-3», «Иван царевич-2» и Любовь в большом городе-3») в январе 2014-го стали блокбастерами национального проката. Но, и в прошлые годы прокатчики в период новогодних каникул старались запустить не абы что, а например предыдущие серии успешных франшиз.

Да, очень сильно (на 25 – 30%) в 2013-м году снизились продажи ноутбуков. Но, при этом очень сильно (на 50 – 80%) возросли продажи смартфонов. И хотя общее количество проданных за год мобильных телефонов составило те же 42 млн. шт. что и в 2012-м году (даже – 41,6 млн. шт. по оценке «Евросети») в стоимостном выражении рынок мобильных телефонов вырос на 11% в рублях и на 6 – 7% в долларах. Доля смартфонов (в общем числе проданных телефонов) при этом выросла с 30 до 50% в натуральном и с 50 до 75% в стоимостном выражении. Дальнейшее изменение структуры рынка, возможно, позволит не только удержать продажи от падения в количественном выражении, но и увеличить стоимостной объем рынка. По крайней мере – в рублях.

Изменение структуры спроса (рынка), поведения и предпочтений потребителей, расстановки сил в сегментах, усиление конкуренции – это, похоже, общий лейтмотив развития потребительских рынков в 2014-м году. И свидетельство их (потребительских рынков) зрелости. А зрелые рынки, как правило, не растут на 20 – 30 % в год.

Вот и рынки продуктов питания и товаров повседневного спроса, после десятилетия впечатляющего роста (и в номинальном и в реальном выражении), похоже, подходят к состоянию «зрелости».

По данным исследовательского холдинга Ромир, полученным на основе мониторинга (сканирование в домашних условиях – **см. Справку**) повседневных покупок жителей российских городов, расходы на продукты питания и непродовольственные товары повседневного спроса в 2013-м году выросли в номинальном выражении на 9,5%. **См. Диаграмму 1.**

Впервые за весь период проведения мониторинга (с 2007-го года), да и за весь постсоветский период с 1990-го года, номинальные темпы роста повседневного потребления оказались не двухзначными, а ниже 10%. С учетом инфляции, которая в 2013-м году составила по данным Росстата 6,5%, можно говорить о росте реальных расходов на повседневное потребление в размере 2,8%. Эти показатели: 9,5% номинального роста и 2,8% - реального в точности совпадают с данными Росстата по изменению оборота розничной торговли. Здесь особенно хочется подчеркнуть, что мы говорим о росте потребления. И в реальном, и в номинальном выражении. Да, его темпы существенно снизились по сравнению с 2009 – 2012 гг. Но, это все же рост потребления, а не его сокращение.

**Диаграмма 1. Номинальные и реальные темпы роста повседневного потребления в России в 2009 – 2013 гг. В %**

**Источник - Ромир**

Серьезные аналитики понимают, что ситуация когда рынки продуктов питания и непродовольственных товаров повседневного спроса растут на 15 – 20% в номинальном и 7,5 – 9% в реальном выражении не может продолжаться бесконечно. В противном случае доля расходов, связанных с этими рынками должна была бы существенно возрасти, и это оказало бы угнетающее воздействие на другие рынки. Например – товаров длительного пользования. А это случается как раз в периоды экономических потрясений. Как, например, это было в 2009-м году, когда повседневное домашнее потребление существенно возросло, а рынки товаров длительного пользования (автомобилей, мебели, одежды, бытовой техники и т.д.) сократились на 20 – 40%.

А с учетом того, что совокупная емкость рынков продуктов питания и непродовольственных товаров повседневного спроса (фармацевтических, хозяйственных, галантерейных, парфюмерных и т.д.) составляет порядка 15 триллионов рублей в год, номинальный рост на 9,5% означает прирост стоимостного объема на 1,5 трлн. руб. за год. Это более 2% российского ВВП в масштабе цен 2013-го (да и 2014-го) года. Т.е. только рынки повседневных товаров способны обеспечить номинальный рост ВВП на 2% за год. Такой же вклад, если не более могут сделать рынки товаров длительного пользования. Не менее 1% номинального прироста ВВП в 2014-м году может обеспечить сектор потребительских услуг. Итого на долю потребительского сектора в 2014-м году может прийтись не менее 5% номинального роста ВВП; из примерно 8% ожидающихся по экономике в целом. При инфляции в 5 – 5,5% это может дать около 2,5% реального роста экономики России (ВВП) в 2014-году. Довольно скромный показатель на фоне былых (в 2010 – 2012 гг.) 3,5%. Но уж куда лучше прошлогодних 1,3%.

Неравномерный характер роста повседневного потребления

В отличии от ситуации 2001 – 2008 гг., когда экономический рост и рост потребления носили «фронтальный» характер: росло всё и росли все, и примерно одинаковыми темпами - по 25 – 30% в год в номинальном выражении; рост потребления в посткризисную пятилетку 2009 – 2013 гг. стал носить сильно дифференцированный характер. И по городам (типам городов), и по отдельным социальным (доходным) группам потребителей.

Так, в 2009-м году номинальный рост повседневного потребления в городах с населением от 500 тысяч до миллиона жителей в 1,5 раза превысил показатели роста по Москве и городам с населением в 1 – 1,5 млн. чел. 30 и 19 – 20%, соответственно. **См. Диаграмму 2.**

**Диаграмма 2. Номинальные темпы роста повседневного потребления в различных городах России в 2009 – 2013 гг. В %**

**Источник - Ромир**

В 2010-м году города – «миллионники» продемонстрировали на четверть меньший рост, чем Москва и «пятисоттысячники». Но в следующем 2011-м году как раз «миллионники» показали рост повседневного потребления на четверть выше московского и почти в два раза выше, чем города с населением от 500 тысяч до миллиона жителей. «Пятисоттысячники» отыгрались в 2012-м – **см. Диаграмму 2**. Но, «провалились» в прошедшем 2013-м. За весь год номинальный рост повседневного потребления в городах этого размера составил всего 6%. А с учетом инфляции потребительского рынка (6,5%) можно говорить о стагнации повседневного потребления в городах с населением от 500 тысяч до миллиона человек в 2013-м году. Возможно, повседневные расходы в этих городах «наверстают отставание» уже в 2014-м году.

Еще более дифференцированную динамику демонстрируют показатели потребления по отдельным городам. Так, к примеру, Санкт-Петербург в 2009-м году показал 26% номинального роста повседневного потребления. Или – почти 15% реального роста расходов. Но, уже в 2010-м году город на Неве постигло снижение потребительской активности. Расходы снизились на 2,5% в номинальном и на 10% в реальном выражении. Зато в 2011-м Петербург стал абсолютным лидером по росту повседневного потребления с показателями: +52% номинального и +42% реального роста. А следующие два года повседневные расходы в северной столице России демонстрировали нулевой номинальный рост. Реальное потребление за два года сократилось примерно на 12%. Однако, нельзя не отметить, что даже в условиях такой «рваной» динамики номинальный уровень потребления продуктов питания и непродовольственных товаров повседневного спроса в Санкт-Петербурге в 2013-м году почти в два раза (на 88%) превысил показатели 2008-го года. Реальный рост повседневного потребления составил за пятилетку около 25%.

А вот Москва в целом по 2013-му году показала очень хороший рост: 16% в номинальном и почти 9% в реальном (с поправкой на инфляцию) выражении. Правда весь этот рост (и даже больше) пришелся на первые три квартала. А в конце года показатели потребления по Москве ушли в глубокий минус. Если ситуация не выправится к весне 2014-го, то «провальным» для московского потребительского рынка может стать как раз весь 2014-й год.

В 2009-м и 2010-м гг. повседневное потребление в семьях с доходами ниже среднего уровня (называя вещи своими именами этих потребителей можно назвать «мало-обеспеченными» или «бедными») росли существенно более высокими темпами по сравнению с семьями среднего достатка и семьями с высоким уровнем достатка. **См. Диаграмму 3**. Реальный уровень повседневного потребления в «бедных» домохозяйствах за эти два года вырос более чем на 20%. Следующие три года темпы роста повседневного потребления в этой потребительской группке снижались. Но, все же оставались в области положительных (в смысле роста реального потребления) значений. Даже в 2013-м году номинальное потребление у «бедных» выросло на 8%, а реальное – на 1,4%. Если, конечно, не принять гипотезу, что инфляция для «бедных» в 2013-м году была выше инфляции для «богатых». За три последних года уровень реального потребления в «бедных» семьях вырос как минимум на 10%. А за всю пятилетку (2009 – 2013) – на 30 – 35%.

**Диаграмма 3. Номинальные темпы роста повседневного потребления в различных социальных группах в 2009 – 2013 гг. В %**

**Источник - Ромир**

В семьях среднего достатка повседневное потребление росло высокими темпами в 2009-м, 2011-м и 2012-м годах. В 2010-м номинальный рост повседневных расходов у этой группы домохозяйств составил всего 11%, а реальный – скромные 2 – 2,5%. А вот в 2013-м году у этой группы семей не было даже номинального роста повседневного потребления. А реальные потребительские расходы сократились примерно на 6%. Практически – к уровню 2011-го года. Так что недовольство «среднего класса» имеет вполне объективную экономическую основу. Однако, за пятилетку рост реального повседневного потребления у средне-обеспеченных составил порядка 20 – 25%.

Группа «обеспеченных» потребителей демонстрировала довольно скромные показатели роста повседневного потребления вы 2009-м и особенно – 2010-м году (9% номинального и хорошо, если 1% реального роста). Зато в 2011-м и 2013-м гг. именно эта группа была в лидерах роста. Причем, в 2013-м году это похоже оказалась единственная группа, продемонстрировавшая рост реального потребления. Пускай и на невпечатляющие (по сравнению с былыми показателями) 5 – 6%. За пять лет реальное потребление в этой группе выросло на 33 – 38%.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_СПРАВКА:**

Исследовательский холдинг Ромир разработал новый инструмент измерения потребительской активности – *«Ромир - индексы покупательской активности»*, рассчитываемые на основе панели из 3600 домохозяйств, оснащенных сканерами штрих кодов.

*«Ромир - индексы покупательской активности»* отражают динамику потребления товаров повседневного спроса и цен на них, качественный и количественный состав потребительской корзины, изменения в предпочтениях в отношении мест покупок жителей российских городов.

Базой для расчета индексов являются ежедневно обновляемые, верифицированные данные по покупкам более 100 категорий продовольственных и непродовольственных товаров в городах России с населением 100 000 жителей и более (технология сканирования штрих кодов).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_