



13 июля 2020, Москва

Игорь Березин

Что происходит на  
потребительских рынках?



# Игорь Березин

- Исследования рынка и потребителей
  - Аудит маркетинга и рыночной стратегии
  - Макроэкономический анализ
  - Планирование и прогнозирование
  - Сегментирование и позиционирование
- 
- Председатель СД семи полиграфических компаний
  - Сертифицированный эксперт по маркетинговым исследованиям и анализу рынка
  - С 2005-го года в Топ 5 российских консультантов по маркетингу
  - Автор 16 монографий по экономике и бизнесу
  - Президент Гильдии Маркетологов – [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)



+7 903 – 788 – 33 – 43 [info@marketologi.ru](mailto:info@marketologi.ru)



# 1. Повседневное потребление

- Данные – холдинг **Ромир**
- Выборка имеет некритический сдвиг в сторону **бедных** за счет верхнего среднего класса
- После 5 лет (практически) непрерывного падения, в 2019 г. реальные повседневные расходы **росли** 5 кв. подряд
- До появления «**черного лебедя**» наиболее вероятный прогноз на 2020 г. был такой: номинальный рост - 5 – 7%, реальный – +1,5 – +2,5%, при инфляции в 3,5%.
- Пока нет оснований для радикального пересмотра этого прогноза



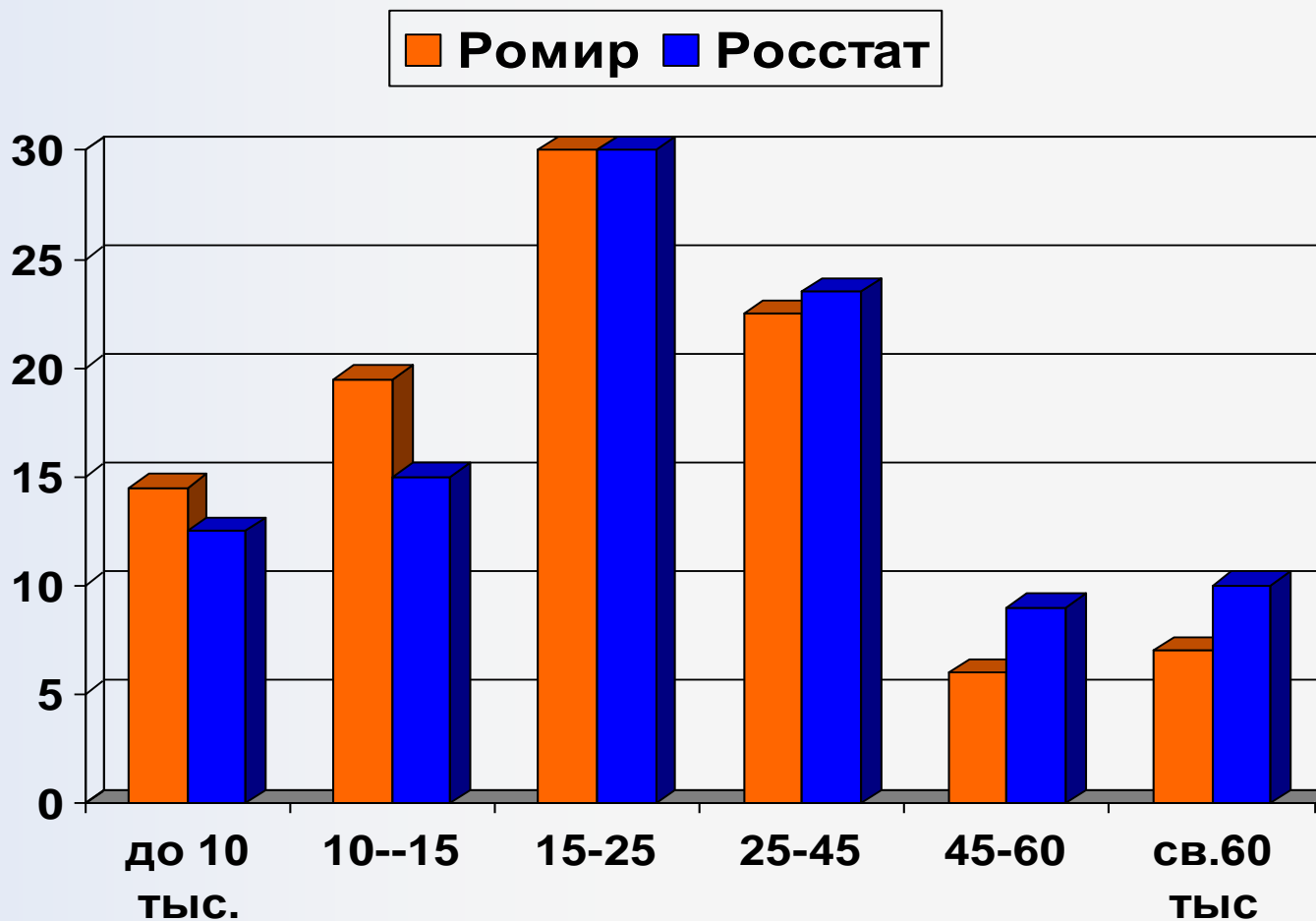
# Повседневные расходы

## Методология Ромир

- Панельное исследование с выборкой – 14 тыс. домохозяйств (40 тыс. индивидуальных потребителей) в 180 городах России с населением более 100 тыс. чел.
- Сканирование штрих-кодов всех купленных и принесенных домой товаров. Количество товарных категорий не ограничено;
- Заполнение онлайн дневника с указанием стоимости/количества совершенных покупок, розничных магазинов, подробной информации о покупателях и потребителях
- Факт совершения покупки подтверждается сканированием штрих кода и чеками, которые направляются в Romir Panel для контроля. Ежедневный онлайн доступ к панелистам;
- Всесторонний, ежедневный контроль по различным характеристикам.

# Распределение панелистов (Ромир) и населения (Росстат) по душевому доходу. 2018

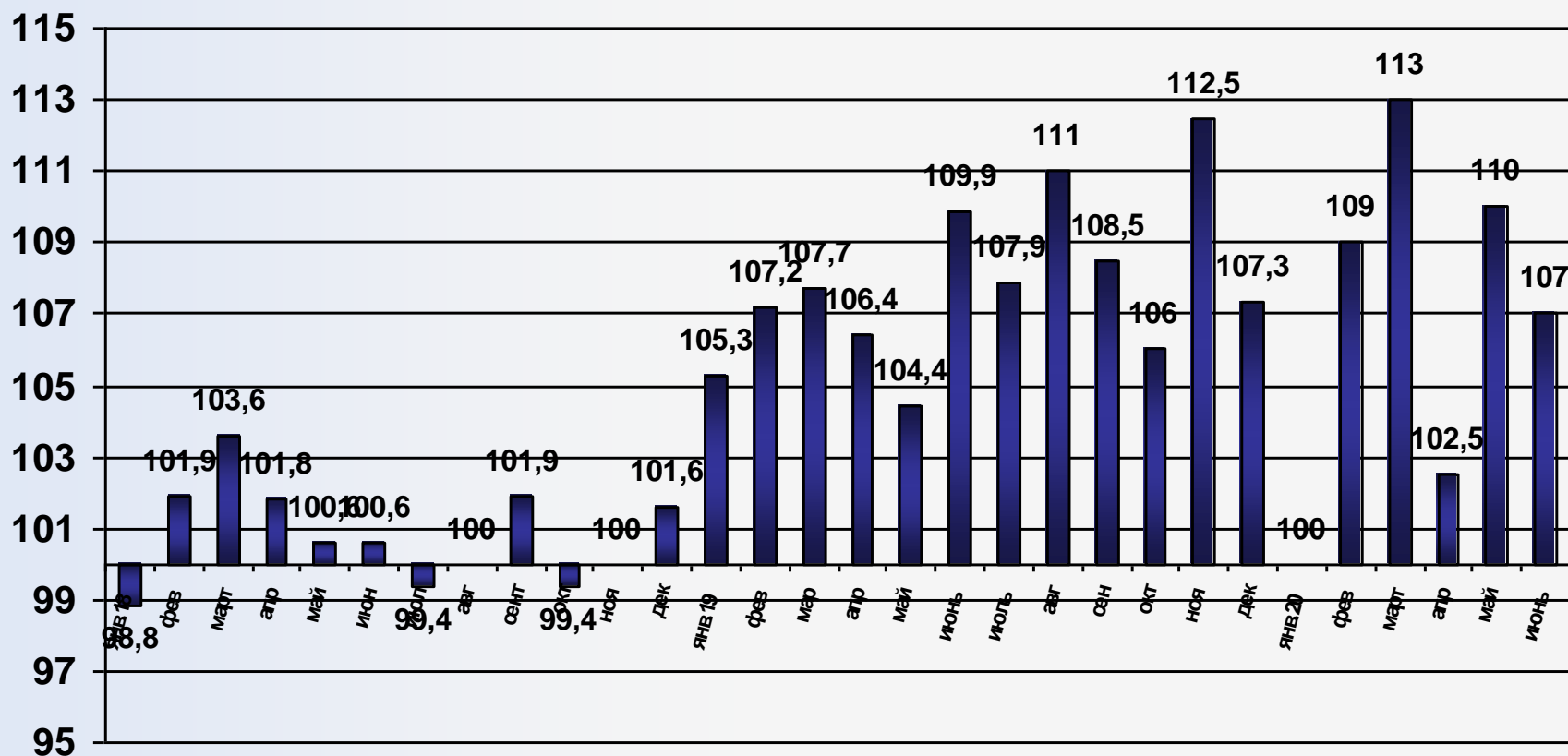
В %





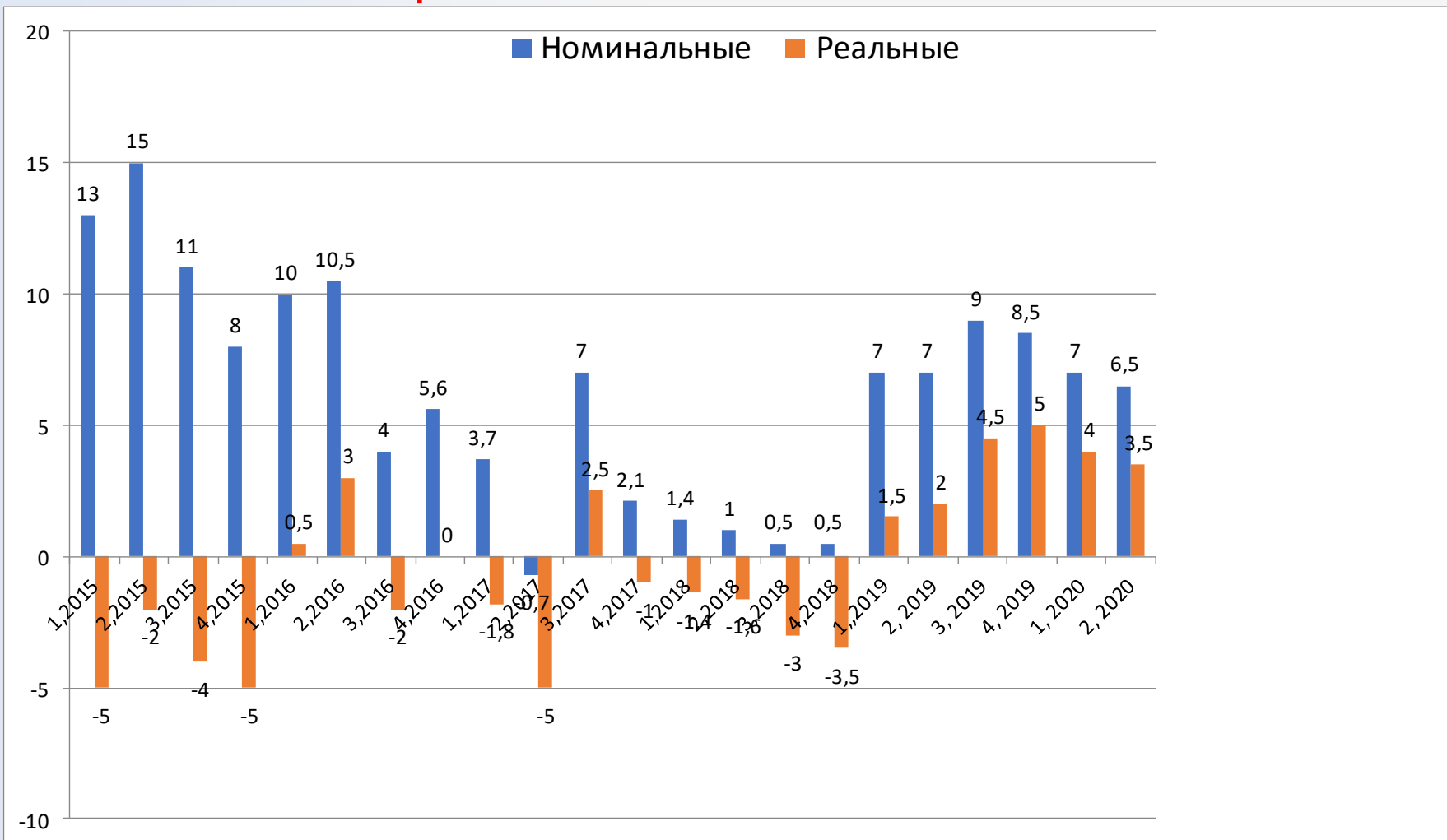
# Индекс повседневных потребительских расходов в 2018 – 2020 гг. Источник - Ромир

**100% - значение соответствующего месяца предыдущего года**



# Темпы роста повседневного потребления; 2015 – 2020, по кварталам

Источник - Ромир





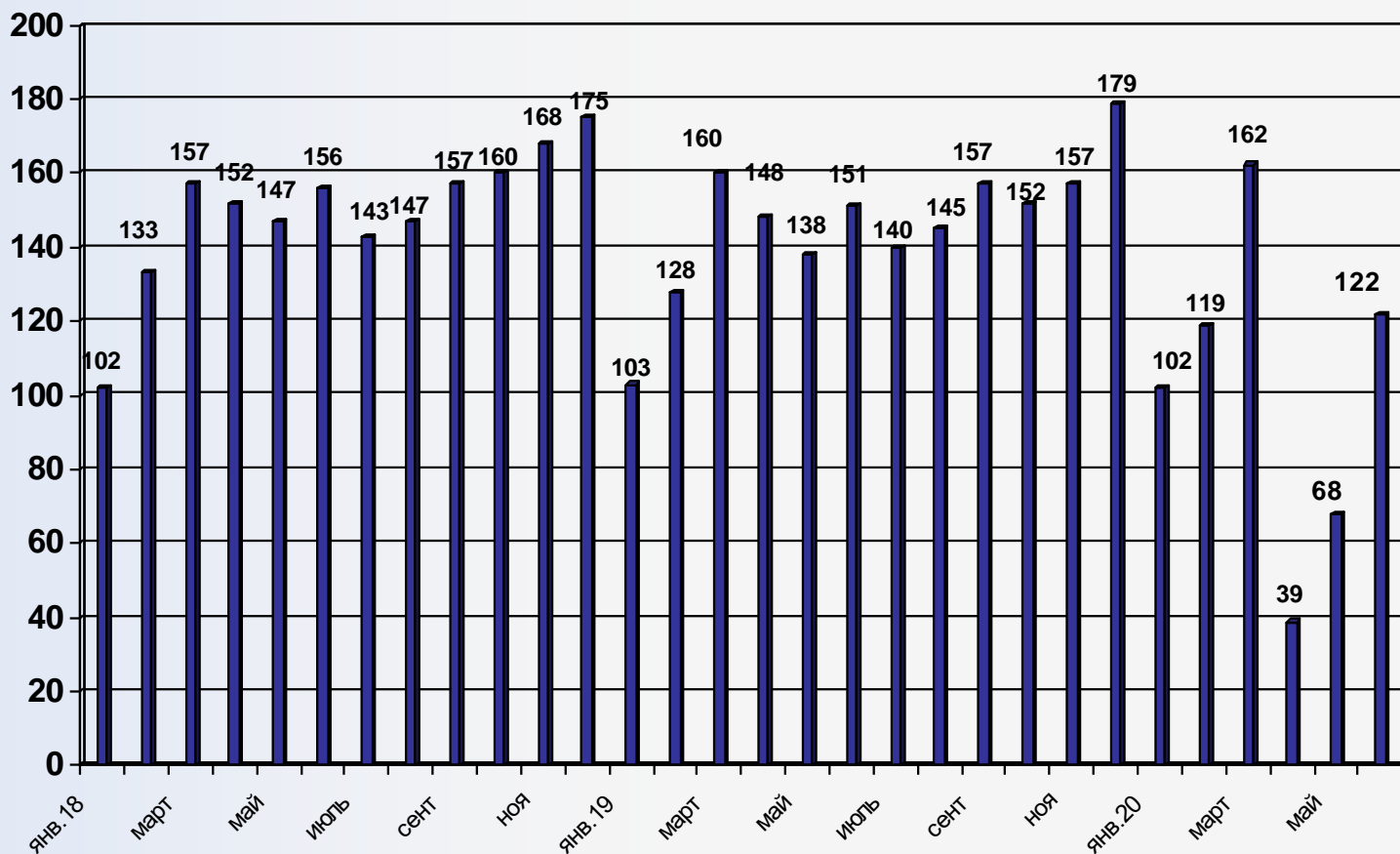
## 2. Новые автомобили (легковые)

- Данные – комитет автопроизводителей **АЕБ**
- Включены **легкие** коммерческие автомобили
- После четырех лет падения и двух лет восстановительного роста, в 2019 г. рынок опять начал **снижаться**.
- При этом средняя цена нового автомобиля **выросла** на 8% в рублях и на 5% в долларах.
- До появления «**черного лебедя**» наиболее вероятный прогноз на 2020 г. был такой: снижение в штуках на 2 – 4%, при росте цен в рублях на 4 – 6%
- Снижение продаж во 2-м кв. – в **два** раза.
- По итогам года оптимистично -15%, пессимистично -30%



# Продажи легковых автомобилей в 2018 - 2020 гг. Тыс. шт.

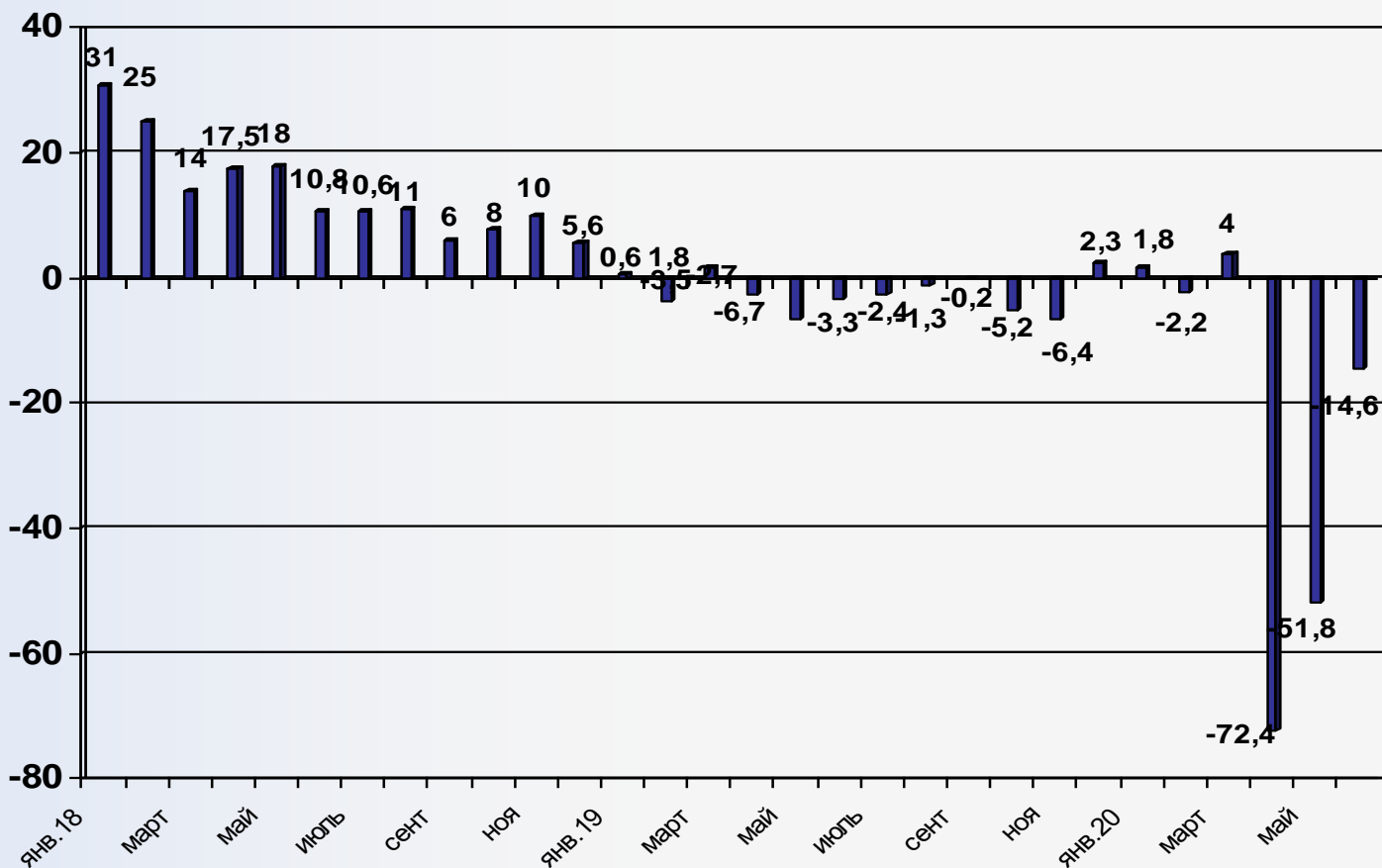
Источник – АЕБ, комитет авто- производителей, %





# Темпы роста продаж легковых автомобилей в 2018 - 2020 гг. Шт.

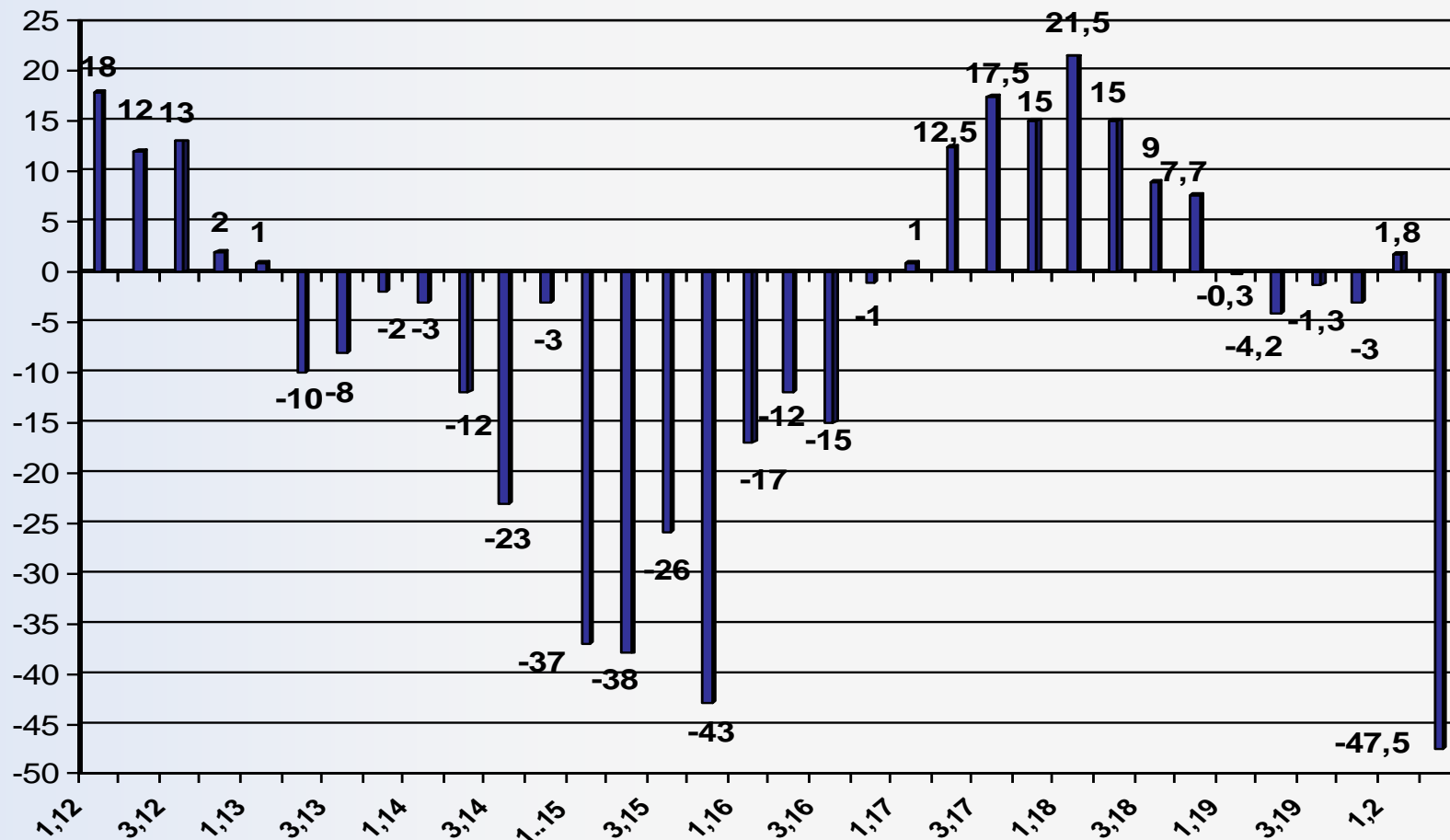
Источник – АЕБ, комитет авто- производителей, %





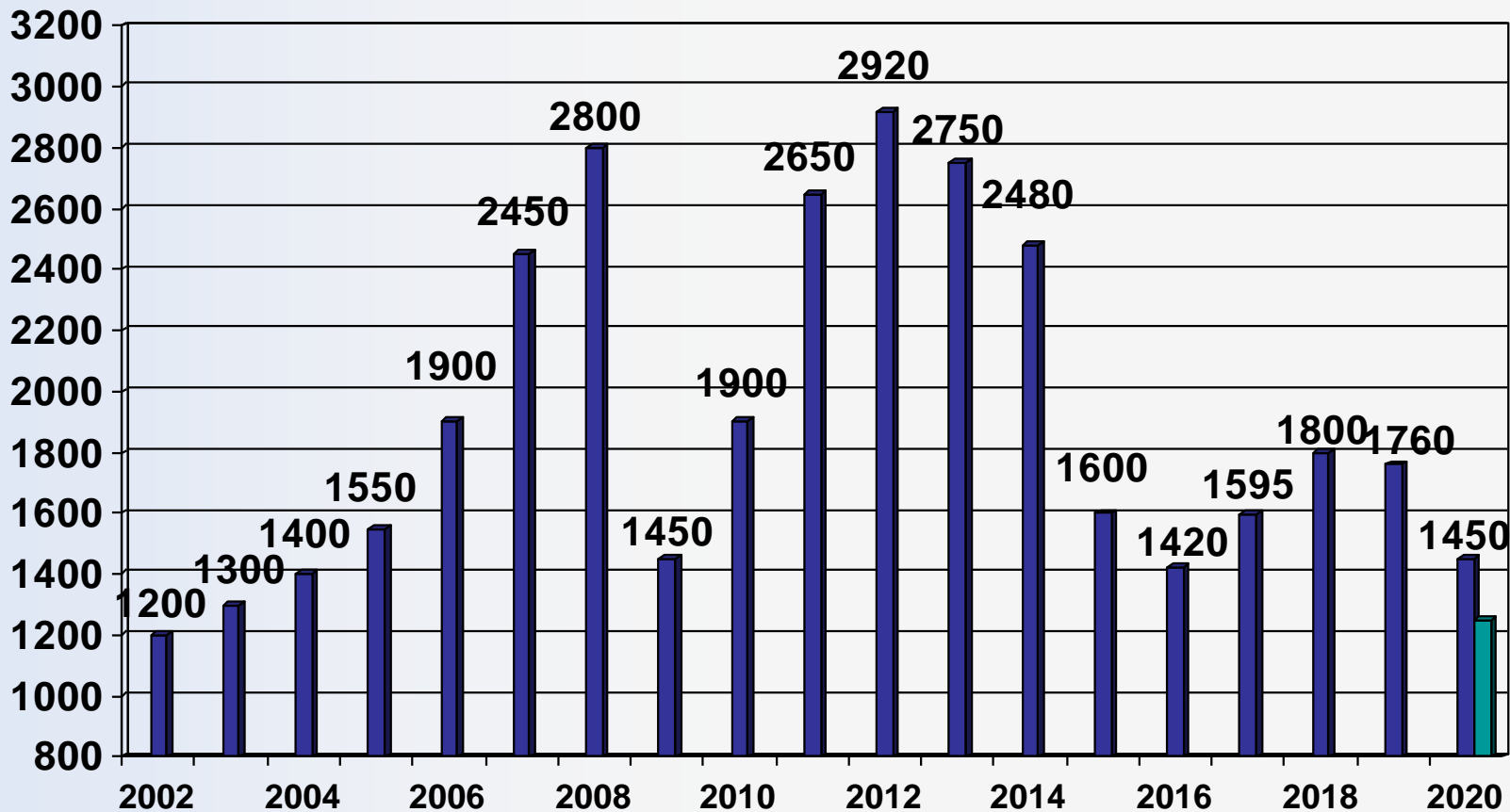
# Темпы роста (снижения) продаж легковых автомобилей в 2012 - 2020 гг. По кварталам.

Источник – АЕБ, комитет авто- производителей, %



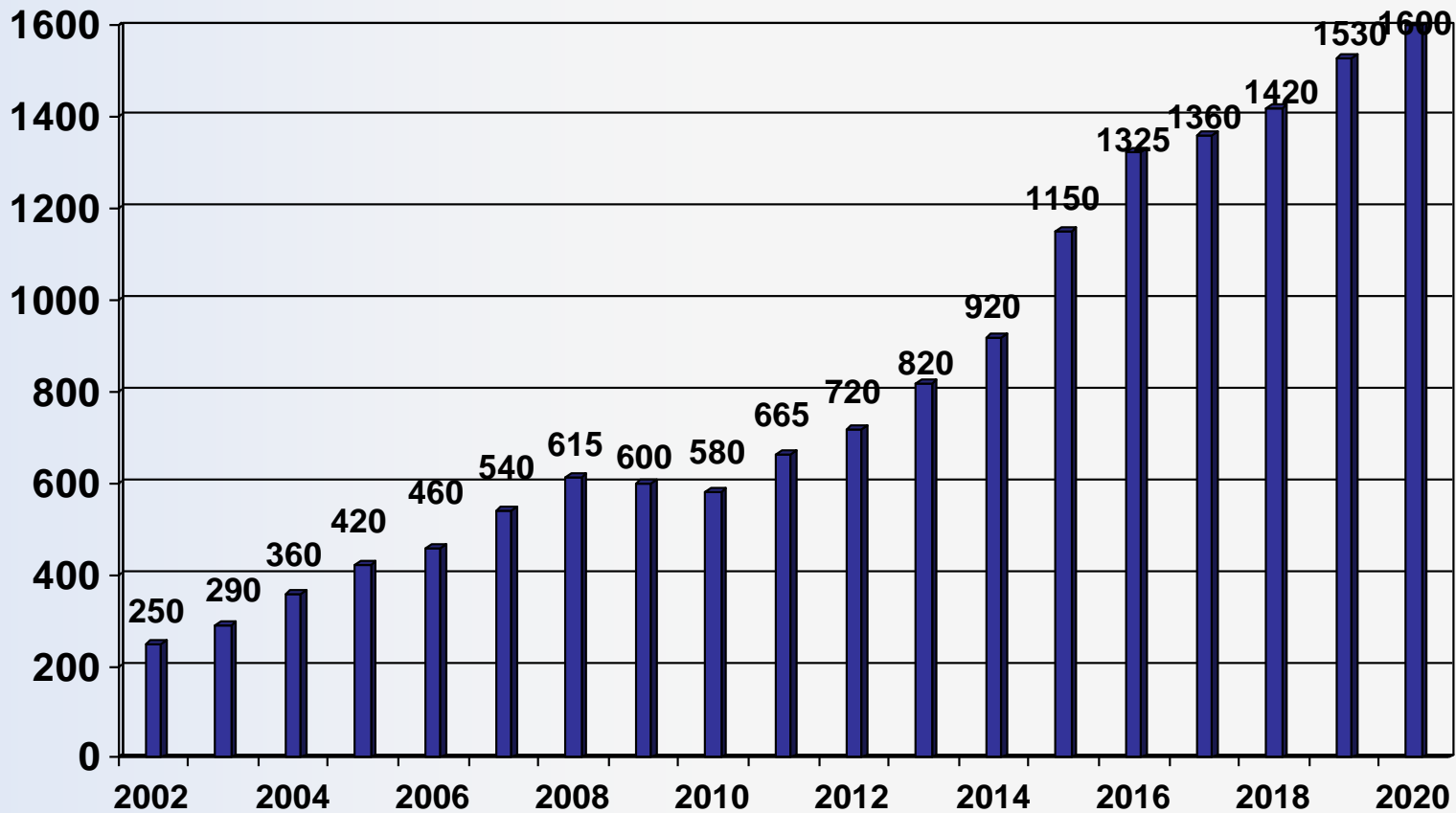


# Годовые продажи новых автомобилей в России. Тys. шт. Данные - АЕБ



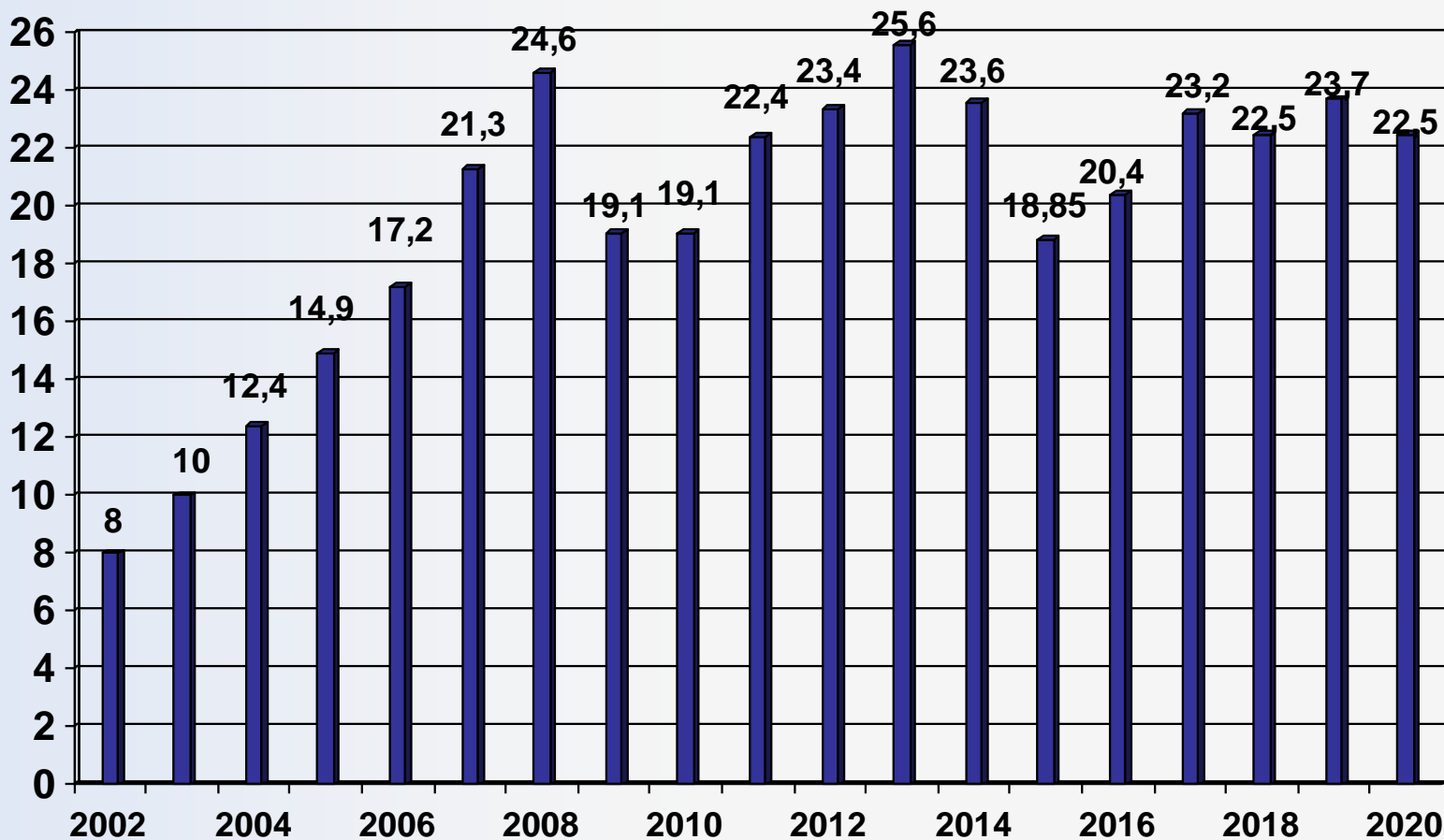


# Средняя цена нового автомобиля в России. Тys. руб.





# Средняя цена нового автомобиля в России. Тys. дол. США





# Факты - апрель

- Продажи смартфонов в России в апреле 2020 г. снизились на 42% в штуках и на 50% в рублях по сравнению с мартом, сообщает ГфК.
- Примерно такое же снижение у магазинов стройматериалов и электроники, сообщает оператор онлайн-касс «Эвотор».
- Количество ипотечных сделок в Москве в апреле 2020 упало в 4 раза по сравнению с мартом, до 2,6 тыс., а на вторичном рынке сокращение составило 65% (до 5 тыс. сделок) - сообщает Росреестр.
- Выручка салонов красоты в апреле 2020 г. снизилась в 6,5 раз по сравнению с апрелем предыдущего года, обувных магазинов – в 7,5 раз, магазинов одежды – в 8,5 раз, турагентств – в 9 раз, а фитнес-центров – в 10 раз, сообщает «Эвотор».
- Количество авиа-пассажиров в апреле 2020 снизилось в 7,7 раза по сравнению с апрелем 2019., сообщает Росавиация
- Выручка малых и средних предприятий в целом снизилась более чем в два раза.
- **Оборот розничной торговли в апреле (к апрелю 2019 г.) сократился на 23%, платных услуг населению – на 37%, сообщает Росстат.**



# Факты - май

- Выручка салонов красоты в мае 2020 г. снизилась в 3,5 раза по сравнению с маем предыдущего года, магазинов одежды и обуви – в 3 раза, ювелирных – в 2,5 раза, сообщает «Эвотор».
- Выручка гостиниц – снижение в 7,7 раза, сообщает «Платформа ОФД»
- Выручка малых и средних предприятий в целом за май снизилась на 41%. (Но по сравнению с апрелем +27%) Непродовольственная розница -70%. Алко-маркеты -34%. Данные – «Эвотор».
- **Оборот розничной торговли в мае (к маю 2019 г.) сократился на 19%, платных услуг населению – на 39,5%, сообщает Росстат.**





# Прогноз макропоказателей

| <b>Показатель</b>                               | <b>2-й квартал</b>  | <b>2020</b>     |
|---|---------------------|-----------------|
| Валовой Продукт (ВВП)                           | -12% -- -16%        | -4% -- -8%      |
| Розничная торговля                              | -10% -- -20%        | -2% -- -4%      |
| Совокупная выручка среднего бизнеса             | -40%                | -7% -- -15%     |
| Снижение тур-потока                             | В 6 – 8 раз         | В 2 – 4 раза    |
| Реальные доходы населения                       | -12% -- -20%        | -5% -- - 10%    |
| Количество безработных МОТ / зарегистрированных | 4,5 млн. / 2,1 млн. | 9 млн. / 5 млн. |



# Гильдия Маркетологов

[info@marketologi.ru](mailto:info@marketologi.ru) ; [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)

**Девиз** - *Вместе мы можем больше!*

**Суть** - *социальная сеть профессиональных контактов*

**Позиционирование** – *межотраслевое объединение экспертов в маркетинге*

**УТП** - *повышение персонального профессионального уровня своих членов*

**Миссия** – *формирование и поддержание профессиональных стандартов в области маркетинга*

**Определение – Маркетинг** – *система управления разработкой и продвижением товаров и услуг, обладающих ценностью для потребителя, производителя и общества в целом на основе комплексного анализа рынка. (Принято расширенным Советом НП «Гильдия Маркетологов» в ноябре 2010-го года)*

- *Гильдия основана в 2001 году, в Москве*
- *Объединяет около 350 профессионалов в области маркетинга из России, Казахстана, Болгарии, Германии, Израиля др. стран*



# Что? - Проекты Гильдии 2020

- Профессиональный стандарт «Маркетолог» (завершено)
- Добровольная сертификация экспертов маркетинга
- Библиотека маркетинговых кейсов
- Издание Ежегодника «Маркетинг в России»
- Ежегодный опрос о тенденциях рынка
- Награждение орденским знаком «За заслуги»
- Конференция «Маркетинг России»
- Ежемесячные заседания Дискуссионного Клуба
- Лучшие книги по маркетингу (года / десятилетия)

**[info@marketologi.ru](mailto:info@marketologi.ru) ; [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)**



Июль 2020

Спасибо за внимание!

+7 903 788 33 43

*С уважением, Игорь Березин:*

- Аудит стратегии и позиционирования
- Корпоративные и открытые семинары
- Сопровождение маркетинговых исследований
- Модерация конференций
- Макроэкономический анализ, планирование и прогнозирование