

УДК 339.1: 339.19

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РФ

О.А. Зайцева, И.В. Игольникова

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье проводится анализ основных тенденций на потребительском рынке РФ. исследуются сегменты розничной торговли, общественного питания, сферы услуг и непродовольственных товаров. С учетом обозначенных тенденций выделяются угрозы на потребительском рынке для 3 групп субъектов: потребитель, производитель, государство.

Ключевые слова: тенденции, развитие, рынок, потребительский рынок, общественное питание, розничная торговля, сфера услуг, непродовольственные товары

Потребительский рынок как объект исследования предстает в виде многоуровневой социально-экономической подсистемы экономики, расчлененной по определенным признакам на составные элементы. Важной его особенностью является то, что он представляет собой открытую систему, которая реагирует как на внутреннюю, так и внешнюю экономическую, социальную и политическую ситуацию, т.е. зависит от межрегиональных товаропотоков, миграции рабочей силы, движения денег и капиталов.

Потребительский рынок - это сложная система институтов в сфере обращения, характеризующаяся большим числом взаимосвязей. Однако каждый из его участников имеет и свои интересы: производители стремятся вернуть затраченные средства и получить прибыль, а потребители - удовлетворить собственные потребности. Разрешению противоречий этих интересов служит государственное регулирование экономики со стороны федеральных и субфедеральных органов.

Потребительский рынок – это индикатор экономической ситуации в стране, поскольку в условиях кризисов, ограничений потребители на рынке быстро реагируют на изменения.

Проанализируем состояние и тенденции потребительского рынка РФ.



Рис. 1. - Динамика оборота розничной торговли, в % к среднемесячному показателю 2014г.

В 2017 году оборот розничной торговли на 93,5% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка. Доля розничных рынков и ярмарок составила 6,5% (в 2016 году – 92,9% и 7,1% соответственно). В том числе РТО торговых организаций, включая ИП, работающих не на рынках и ярмарках, составил 27868,6 млрд рублей, а продажа товаров на розничных рынках и ярмарках принесла 1935,4 млрд рублей.

Структура РТО 2017 года состояла на 48,2% из пищевых продуктов (включая напитки и табачные изделия) и на 51,8% из непродовольственных товаров, что отражает некоторое позитивное изменение к 2016 году, когда это соотношение составляло соответственно 48,6%

и 51,4%.

По итогам 2017 года розничный товарооборот поддерживался ростом производства пищевых продуктов в целом на 105%, одежды – 103,8%, обуви – 111,4%, лекарств и медицинских товаров – 112,3%, мебели 108,7%, а также некоторым оживлением импорта, который, по оценке ИНИ РАН, составляет 25% потребительского рынка.

Базовый индекс потребительских цен (БИПЦ), рассчитываемый Росстатом и исключаящий изменения цен на отдаленные товары и услуги, подверженные влиянию факторов, носящий административный и/или сезонный характер, составил за год всего 2,1%.

Сегодняшний уровень ценообразования сложился по итогам кризисного скачка курса рубля к доллару до 80 рублей в 2014 году и последующего отката до 60 рублей. Несмотря на эти колебания, падения цен не происходило, а сохранялась тенденция к их постепенному, но стабильному росту. По мнению О. Рыбака, директора НИИ проблем социально-экономической статистики Росстата, «стоимость продаваемых товаров в России сильно переоценена... как минимум на 30 процентов. Причем это касается всех товарных групп» (РГ, 10.11.18).

По итогам 2017 года инфляция зафиксирована на рекордно низком уровне 2,5%. Правда, падение покупательской способности населения не дает россиянам возможность принимать эту цифру на веру, тем более что по отдельным товарным группам колебания цен, действительно были другими. Тем не менее, за истекший год продовольственные цены, как наиболее чувствительные к доходам, выросли в целом на 1,2% (в 2016 году – на 4,3%). В непродовольственном сегменте рост был выше – 2,7% (6,5%). При этом цены производителей промышленной продукции увеличились на 7,5%, а тарифы на перевозки – на 8,5%.

Доля импортных потребительских товаров на полках российских магазинов снизилась до исторического минимума 33% во втором квартале 2017 года. В 2005 году, когда Росстат начал измерять этот показатель, доля импорта составляла 45%, а в продовольствии – 36%. Хотя, следует добавить, что во многом это достижение связано с локализацией производства крупными международными компаниями, работающими в России.

Сегмент общественного питания, по оценке агентства NPD Group, впервые после 2014 года показал позитивную динамику в 2017 году на уровне 2% (или 1,35 трлн рублей). Причем, как заключают эксперты агентства, это произошло в первую очередь за счет молодежной аудитории (18-35 лет), которая обеспечила практически половину всех посещений (48%). То есть можно сделать вывод, что в стране уже выросло и вступило в активную жизнь поколение, которое «не противопоставляет рестораны домашнему приготовлению еды, а ужин в недорогом ресторане для них так же привычен, как покупка продуктов в супермаркете» (NPD.com). Понятно, что, с одной стороны, эта оценка распространяется лишь на восемь крупных городов – миллионников, которые мониторит NPD, и на сравнительно узкую прослойку их населения. А с другой стороны – это отражение недостаточного развития ресторанного рынка России, где на одну тысячу населения приходится примерно одно заведение общепита, тогда как даже в Беларуси – 1,4, в Италии – 5, Китае – 6, а в США – более 30. И все же данная тенденция направлена в будущее и будет реализовываться все шире во всех регионах страны.

В 2017 году начались активные подвижки в сегменте розничной торговли. Впервые после 2014 года успешно вышла на IPO ведущая российская компания в сегменте детских товаров «Детский мир», а затем ее примеру последовала сравнительно молодая сеть товаров низкого сегмента FixPrice.

Под влиянием накопившихся качественных и количественных перемен на микроуровне (перестройка деятельности под вступившие в силу изменения в Закон о торговле и усилившиеся в связи с этим проверки ФНС, открытие за год 38 тысяч новых магазинов и закрытие еще большего количества неэффективных, непрерывающийся поиск оптимальных форматов внутри сетей и т.д.) практически во всех сегментах розничной торговли (food и non-food), в общепите и сфере услуг начались серьезные подвижки на макроуровне. Это затронуло впервые за многие годы первую десятку продовольственных ритейлеров, где X-5

Retail Group сначала опередила своего основного конкурента «Магнит» по капитализации.



Рис. 2. - Доля продаж в РФ по основным группа товаров, %

В непродуктовом сегменте произошло масштабное слияние крупнейших сетей бытовой техники и электроники (БТЭ) – «М-Видео» и «Эльдорадо», что позволило их владельцу Михаилу Гучериеву создать компанию, входящую по размерам в ТОП-10 мирового рынка БТЭ. В то же время с рынка ушел заметный игрок «Горбушкин двор». Похожее по масштабам слияние произошло в аптечном сегменте, где владелец трех аптечных сетей «Эркафарм» купил еще одну – «Самсон-Фарма» и стал лидером рынка.

На российском рынке стройматериалов и товаров для дома (DIY) после двух с половиной лет падения во второй половине года возобновился рост и произошло знаменательное изменение в списке пятерки лидеров рынка: питерская сеть «Петрович» поднялась с третьего на второе место по обороту, отодвинув немецкую OBI и отставая теперь только от французской Leroy Merlin. А с рынка ушла финская Kesko, владевшая сетью гипермаркетов DIY «К-раута».

Росстат насчитывает в стране 111 тысяч ресторанов и кафе, в т.ч. примерно 70 тысяч действуют в 100 крупнейших городах, включая Москву, где, по данным Департамента торговли и услуг их 7380, по оценке Федерации рестораторов и отельеров – 9500, а на сайте TripAdvisor насчитывается 11343.

Объем платных услуг населению в 2017 году остался практически на уровне предыдущего года (+0,2%) и составил 8831,9 млрд рублей. Цены на услуги выросли за год в среднем на 4,3%, в том числе на ЖКУ – на 105,0%, медицинские услуги – 105,6%, транспорт – 107,0%, связь – 104,4%, культуру – 104,2%, образование – 102,8%, дошкольное образование – 105,4%, бытовые услуги – 103,8%, спорт и физкультура – 104,0%. Практически не изменились цены на страховые услуги (100,6%) и снизились на зарубежный туризм (98,3%).

Приведенный выше краткий обзор основных сегментов потребительского рынка: розничная торговля, общепит и сфера услуг – показывает, что в результате работы российского правительства в 2017 году и реакции рынка на его действие в экономике сложился ряд парадоксальных ситуаций. Первое – реальные доходы населения продолжают падать, а потребительская активность населения начинает оживать.

Также впервые в 2017 году практически весь потребительский рынок перешел на национальную платежную систему «Мир», что весьма существенно в условиях непредсказуемого развития геополитической ситуации в мире. Еще одна премьера 2017 года введение режима TaxFree в преддверии чемпионата мира по футболу.

Социологи на основе разнообразной статистики вывели условный портрет среднего россиянина 2017 года. Он оказался... женщиной (соотношение мужчин и женщин у нас 46% к 54%), горожанкой (город/село – 74%/26%) в возрасте 40 лет со среднемесячным доходом в 38275 рублей (до уплаты налогов). Он/она имеет, как минимум, один кредит (в 57% случаев), работает скорее всего в торговле (каждый пятый) и ограничивает свои собственные покупки

только предметами первой необходимости (75% расходов) и редко балует себя, отступая от этого правила (28%). 39% жительниц России имеют 2-х комнатную квартиру и 59% кошку. По национальности, скорее всего русская (80,9%), по вероисповеданию православная (71%) и чаще всего пользуется социальной сетью «ВКонтакте» (25,7%).

Что больше всего беспокоит россиян? Социологи Левада-центра провели такое исследование в августе 2017 года на базе опроса 1600 человек старше 18 лет в 48 регионах страны. Ответ был предсказуемым, поскольку на протяжении последних 20 лет исследований именно рост цен оставался в числе самых важных проблем.

Таким образом, с учетом проведенного анализа можно выделить основные угрозы потребительского рынка направлены:

— на потребителя — те, которые выражаются в высоком уровне цен; высоком уровне теневой экономики (что проявляется в продаже товаров с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил, в обмане и др., и как следствие действие угроз ведет к снижению уровня жизни населения);

— на отечественных производителей потребительских товаров (что выражаются в высокой степени износа основных производственных фондов, которая приводит к потере доли рынка, конкурентоспособности товара; либерализации внешней торговли (вступление России в ВТО) в условиях влияния предыдущей угрозы, либерализация внешней торговли приведет к падению отечественного производства и усугубит ситуацию и поставит вопрос о существовании отечественного производителя потребительских товаров, особенно непродовольственных);

— на государство — влияние угроз выражается в недополучении налоговых доходов вследствие высокого уровня теневой экономики; в уязвимости государства, в снижении уровня продовольственной и непродовольственной безопасности (вследствие влияния угроз на производителя), снижении уровня жизни населения (вследствие влияния угроз на потребителя)

Список литературы

1. Зайцева О.А. Современное состояние потребительского рынка РФ и Брянской области / И.В Игольникова // Экономика и предпринимательство. 2017 -№ 2-2 (79-2), - С. 200-20
2. Ежегодный доклад «Потребительский рынок России: итоги 2017 года, перспективы на 2018 год». Режим доступа: <http://www.potrebitel-russia.ru/?id=1500> (дата обращения 21.08.2018).
3. Обзор GfK «Российский потребитель 2017: время надежд». Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article140382.htm> (дата обращения 21.08. 2018).

Сведения об авторах

Зайцева Оксана Александровна - магистрант 3 курса направления подготовки 38.04.01 Экономика направленность программы (профиль) Экономика и региональное управление заочной формы обучения ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», тел. +79051004804

Игольникова Инна Владимировна - к.э.н., доцент кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», тел. +79192993847, e-mail: inna-gukova@mail.ru

UDC 339.1: 339.19

THE DEVELOPMENT TRENDS OF THE CONSUMER MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

O. A. Zaitseva, I. V. Igolnikova

Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky

Abstract. The article analyzes the main trends in the consumer market of the Russian Federation. The segments of retail trade, public catering, services and non-food products are studied. Taking into account the indicated trends, the threats in the consumer market for 3 groups are singled out: consumer, producer, state.

Keywords: trends, development, market, consumer market, catering, retail, services, non-food products.

References

1. Zaitseva O.A. Sovremennoe sostoyanie potrebitelskogo ryinka RF i Bryanskoy oblasti / I.V Igolnikova // *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2017 - № 2-2 (79-2), - S. 200-20
2. Ezhegodnyiy doklad «Potrebitelskiy ryinok Rossii: itogi 2017 goda, perspektivy na 2018 god». Rezhim dostupa: <http://www.potrebitel-russia.ru/?id=1500> (data obrascheniya 21.08.2018).
3. Obzor GfK «Rossiyskiy potrebitel 2017: vremya nadezhd». Rezhim dostupa: <http://www.advertology.ru/article140382.htm> (data obrascheniya 21.08. 2018).

Author`s information

Zaitseva Oksana Aleksandrovna – the 3d-year graduate of training program 38.04.01 Economics, orientation of the program (profile) Economics and Regional Management of Extramural Studies FSBEI HE "Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky, tel. +79051004804

Igolnikova Inna Vladimirovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Management, FSBEI HE "Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, tel. +79192993847, e-mail: inna-gukova@mail.ru