

# РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ 2018-2019

**Автор: Александр Демидов  
Генеральный директор (CEO) GfK Rus**





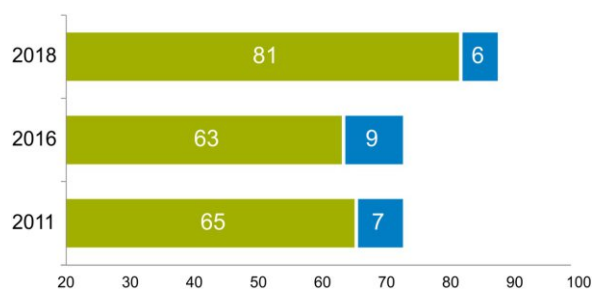
# РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ 2018 - 2019

Автор: Александр Демидов  
Генеральный директор (CEO) GfK Rus

Уже второй год мы не говорили об экономическом кризисе в нашей стране. Он как бы закончился в 2016 году. Надежды населения были очень высокими. Так, в 2018 году больше хорошего для себя

и своей семьи ожидали 81% респондентов, плохого только 6%. Это лучшие показатели не только по сравнению с 2016, но и с благополучным 2011 годом, вторым годом после предыдущего кризиса.

Таб. 1.  
Скажите, в следующем году, Вы ожидаете больше хорошего или плохого для вас и вашей семьи?  
% от числа опрошенных



Источник: GfK Rus Omnibus



Действительно, макроэкономические показатели с 2016 года несколько улучшились. По сравнению с предыдущим периодом немного выросли такие показатели, как ВВП, промышленное производство,

оборот розничной торговли, снизились безработица и инфляция. Чемпионат мира по футболу немного повысил покупательские настроения населения. В какой-то степени стабилизировались рубль и цены на нефть.

Таб. 2.  
Сводная таблица по основным макроэкономическим показателям.  
Изменения к прошлому году

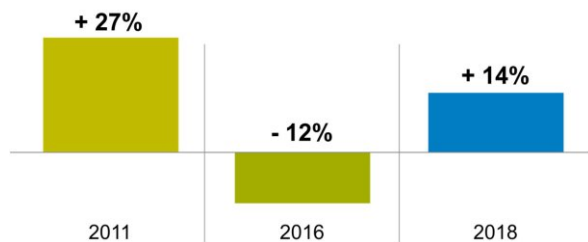
	2011 (%)	2016 (%)	2018 (% , прогноз)
ВВП	4.3	- 0.2	2.7
Индекс промышленного производства	4.7	1.4	2.9
Оборот розничной торговли	7.0	- 4.8	2.9
Реальные доходы на душу населения	1.2	- 5.6	1.0
Безработица	5.0	5,5	4.7
Инфляция	6.1	5,4	3.7

Источники: Госкомстат и прогноз компании GfK Rus



В 2018 году несколько оживились рынки товаров длительного пользования – автомобильный и электробытовых товаров. Падение продаж автомобилей в 2015-2016 годах сменилось ростом, хотя и меньшим, чем в 2011 году.

Таб. 3.  
Продажи легковых автомобилей.  
% к предыдущему году



Источник: АЕВ

Так же подрос и рынок электробытовой техники, сильное падение которого пришлось на 2015 год.

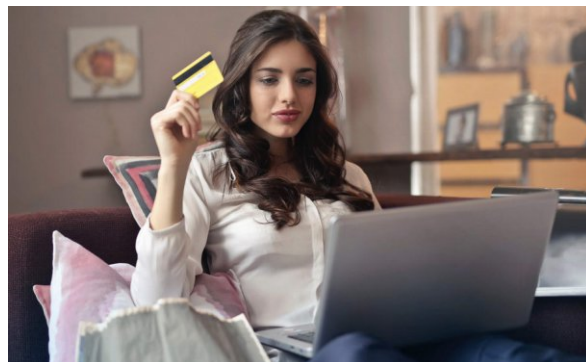
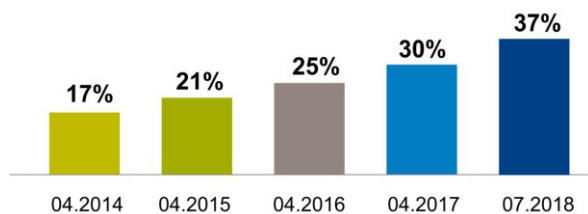
Таб. 4.  
Рынок электробытовой техники в стоимостном выражении.  
% к предыдущему году



Источник: GfK Retail&Technology

В 2018 году продолжился рост интернет-торговли, которая не падала даже в условиях кризиса.

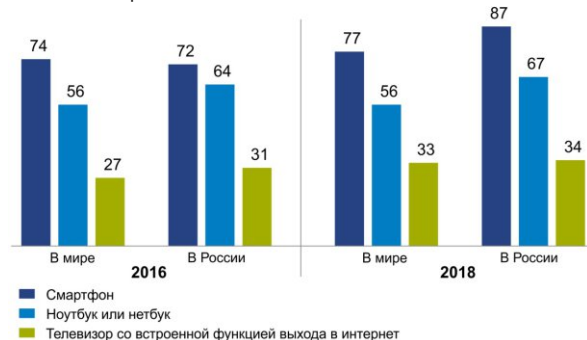
Таб. 5.  
Проникновение интернет торговли в России.  
- Совершали ли Вы покупки в онлайн-магазинах /  
через интернет за последние 6 месяцев?  
% от числа опрошенных



Источник: GfK Rus Omnibus

Вообще технологическое оснащение россиян находится на высоком уровне. С 2016 по 2018 годы выросло использование смартфонов, ноутбуков, телевизоров со встроенной функцией выхода в интернет. Интересно, что все эти показатели у нас выше, чем в среднем по миру.

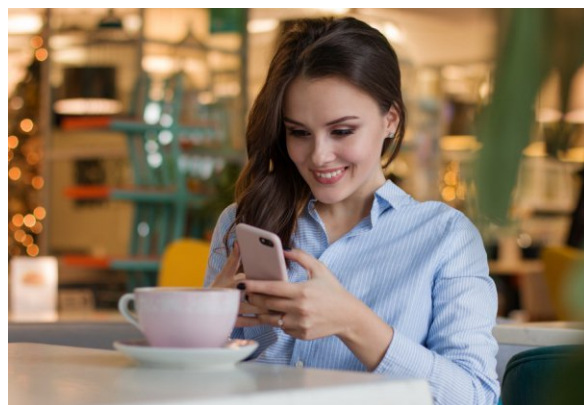
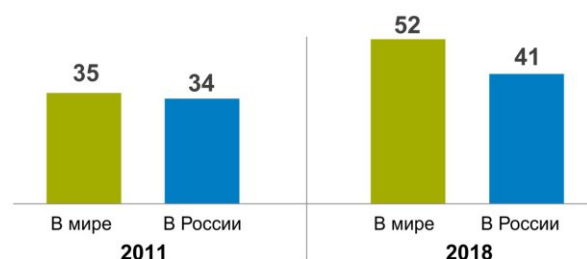
Таб. 6.  
Устройства, используемые за последний месяц.  
% от числа опрошенных



Источник: GfK Consumer Life

Всё больше людей считают, что виртуальное общение может быть таким же хорошим, как личное. Правда, по этому показателю мы пока отстаем (к счастью) от мира.

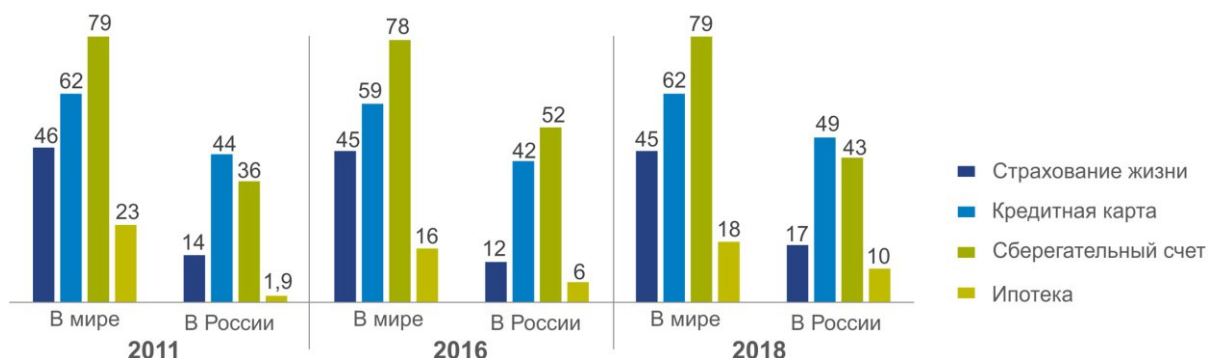
Таб. 7.  
Виртуальное общение с людьми может быть таким же хорошим, как и личное.  
Согласны, % от числа опрошенных



Источник: GfK Consumer Life

К числу позитивных событий можно отнести рост ипотеки, который продолжился в 2018 году. Кроме того, выросло использование таких финансовых инструментов, как кредитные карты и страхование. Правда, по наличию этих финансовых инструментов мы пока сильно отстаём от среднемировых показателей.

Таб. 8.  
Наличие финансовых инструментов.  
% от числа опрошенных

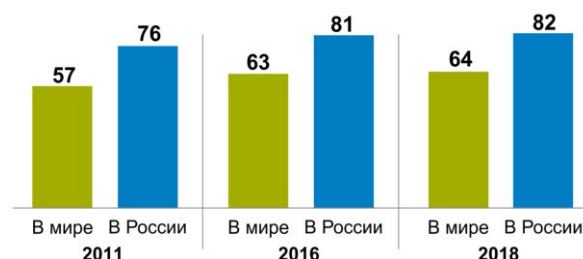


Источник: GfK Consumer Life

Растёт ценность здоровья, хорошего физического и душевного состояния. В иерархии ценностей этот показатель

на втором месте после защищённости семьи. Ценность здоровья в России выше, чем в среднем по миру.

Таб. 9.  
Личные ценности. Здоровье и бодрость.  
% от числа опрошенных



Источник: GfK Consumer Life



В тоже время для российского потребителя кризис как бы и не кончился. Если после кризиса 2008-2009 г.г. на российском потребительском рынке сразу наступил подъём, то теперь для населения каких-либо заметных улучшений не произошло. Ожидания от 2018 года скорее не оправдались. Доходы населения практически не выросли или выросли незначительно. Покупательская способность не увеличилась. Люди ожидали существенного подъёма после кризиса, но его не произошло.

2018 года они росли, но с июня начали снижаться, а в августе даже вернулись в отрицательную зону.

Индекс потребительских настроений тогда составил 98 пунктов в целом по России, а в Москве, вообще 90. Безусловно, на падение потребительских настроений повлиял общий информационный фон - как внешний, так и внутренний, в том числе объявленная пенсионная реформа. В сентябре и октябре Индекс потребительских настроений вновь вернулся в позитивную зону и составил в целом по России 102 и 100 пунктов соответственно, а в Москве так и остался в отрицательной зоне.

Эта картина обманутых ожиданий четко прослеживается по динамике Индекса потребительских настроений. Если в начале

Таб. 10.  
Социальные и потребительские настроения.  
2018 год

	Февраль 2018	Март 2018	Апрель 2018	Май 2018	Июнь 2018	Июль 2018	Август 2018	Сентябрь 2018	Октябрь 2018
Россия	104	113	107	111	108	104	98	102	100
Городское	103	113	107	110	106	105	97	102	99
Сельское	106	114	109	117	114	103	104	99	105
Москва	97	114	108	104	102	105	90	96	96

■ Отрицательный индекс  
■ Положительный индекс

Источник: GfK Rus Omnibus

В связи с пенсионной реформой в 2018 году выросло общее беспокойство потребителей в России по поводу пенсионного обеспечения. Правда, оно пока не выше, чем в среднем по миру.

Таб. 11.  
Беспокойства:  
Пенсионное обеспечение со стороны государства.  
% от числа опрошенных



Источник: GfK Consumer Life



Потребительское поведение россиян в 2018 году в целом оставалось кризисным. Доля людей, которых кризис коснулся, даже немного увеличилась в 2018 по сравнению с 2016 годом.

Таб. 12.  
Кризис коснулся меня лично.  
% от числа опрошенных

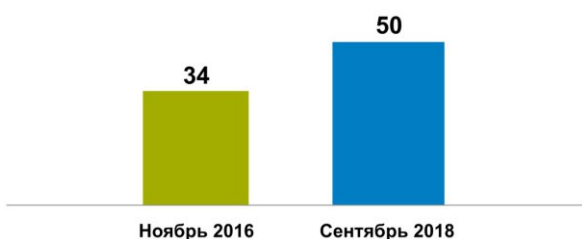


Источник: GfK Rus Omnibus



Доля респондентов, полагающих, что последствия кризиса продлятся 4 года и более, в 2018 году значительно увеличилась. Большинство уже не надеется на скорый выход из кризиса.

Таб. 13.  
Кризис продлится 4 года и более.  
% от числа опрошенных



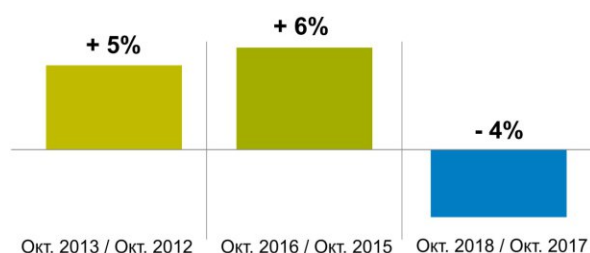
Источник: GfK Rus Omnibus



В 2018 году российский потребитель снизил затраты на товары повседневного спроса. Даже рынок продуктов питания по всему обороту упал не только в натуральном выражении, как это уже было в условиях кризиса 2014-2016 годов, но и в стоимостном выражении, чего не было за все годы наших наблюдений.

Впрочем, стоит отметить, что в 2018 году показал четырехпроцентный рост по стоимости рынок общественного питания. Так что на динамику рынка продуктов питания скорее всего повлияли несколько факторов, включая снижение инфляции в 1-м полугодии 2018 года и изменения в привычках питания. Но важно и то, что экономное и рациональное поведение россиян никуда не делось.

Таб. 14.  
Изменение рынка продуктов питания.  
в % к предыдущему периоду в стоимостном выражении



Источник: GfK CP

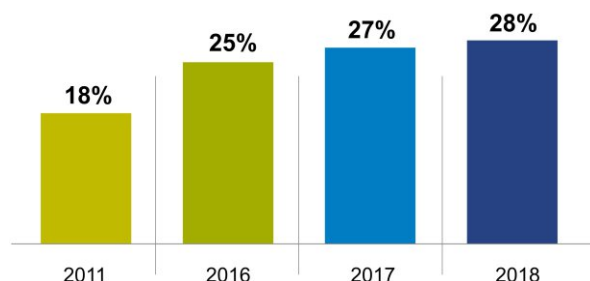


Если в июле 2016 года 25% россиян заявляли, что они не собираются из-за кризиса отказываться от каких-либо покупок\*, то в июле 2018 их доля упала до 12%.\* Значительно выросла доля тех, кто в случае ухудшения финансового положения, готов отказаться не только от предметов роскоши, но и экономить на покупках повседневных товаров.\*

Один из главных способов экономии – поиск магазинов с более низкими ценами. Если в 2016 году об этом заявляли 49% опрошенных, то в 2019 – уже 55%. Цена становится всё более важным фактором при покупке товара. Если в 2016 году так говорили 36% россиян, то в 2018 – уже 40%\*\*

В этой связи в структуре торговли постоянно растёт доля дискаунтеров.

Таб. 15.  
Доля дискаунтеров в общем обороте торговли.



Источник: GfK CP







При совершении покупок россияне становятся всё более рациональными. Если, например, в 2016 со списком товаров в магазин ходили 43% россиян, то в 2018 – уже 50%\*.

Интересно, что большой выбор товаров имеет для россиян не только положительное, но и отрицательное значение. 32% опрошенных говорят, что им проще принять решение о покупке, когда выбор товаров меньше.\*\*

Кроме чисто экономических проблем и потребительского климата во второй половине 2018 года россиян сильно беспокоило социальное неравенство. В кризисных условиях неравенство только

усиливается. В 2018 году доля 10% населения с наиболее высокими доходами (верхний дециль) составила 30.1% в совокупном доходе населения, а доля нижнего дециля – 1,6%.\* Если в 2011 году неравенство доходов беспокоило 17% населения, в 2016-ом – 13%, то в 2018-ом – 24%\*\*.

В то же время равенство и равные возможности для всех" как ценность разделяет 55% россиян.\*\*

Значительно выросло неприятие россиянами коррупции и взяточничества. В 2011 году своё беспокойство по этому поводу выражали 21% населения, в 2016 – 26%, а в 2018 – 33%, причём это вопрос вышел на второе место в иерархии проблем.

Источники:

\* GfK Rus Omnibus

\*\* GfK Consumer Life

Всё больше беспокойства вызывают и взаимоотношения с зарубежными странами.

Таб. 16.  
Беспокойства:  
Отношения с зарубежными странами.  
% от числа опрошенных



Источник: GfK CP



В таких условиях неудивительно, что доля тех, кто считает, что Россия развивается в правильном направлении уменьшилась с 2016 по 2018 год с 76% до 55%.\*

Что касается будущего, то надежды россиян на улучшение своего материального положения в ближайший год снизились. Если в 2016 году 67% опрошенных ожидали позитивных новостей для своего кошелька, то в 2018 году эта доля снизилась до 57%.\*\*

Таким образом, на вопрос, закончился ли кризис для российского потребителя, мы скорее ответим – "нет". По большинству показателей потребительского климата

ситуация даже ухудшилась по сравнению с 2016 годом. Россияне не чувствуют улучшения своего материального положения. Покупательское поведение остаётся кризисным. Люди продолжают экономить, в том числе и при покупке товаров повседневного спроса. Кроме этого людей всё больше беспокоит социальное неравенство и коррупция. Осознание этих проблем значительно усилилось в 2018 году. Повысилось и беспокойство по поводу отношений с зарубежными странами. В целом российский потребитель в 2018 году не почувствовал улучшения ситуации, несмотря на некоторое улучшение макроэкономических показателей.

## Материал подготовлен на основе следующих исследований GfK:

- Всероссийский опрос GfK (GfK Omnibus) – ежеквартальный мониторинг потребительского поведения россиян, объём выборки 2 200 респондентов.
- Потребительская панель GfK (GfK Consumer Panel) – данные покупок домохозяйств в городской и сельской России, выборка 20 000 семей.
- Данные розничных продаж бытовой техники и электроники (GfK POS Panel) – ритейл панель GfK насчитывает 60 000 торговых точек в России.
- GfK Consumer Life – ежегодное международное исследование, опрос населения 27 стран мира, объём выборки 32 755 респондентов, в России – 1 514.

Источники:

\* GfK Rus Omnibus

\*\* GfK Consumer Life

## Об авторе

Александр Демидов – известный российский социолог. Стоял у истоков исследований общественного мнения и электоральных исследований в СССР / России. Первым применил в России такие исследовательские инструменты, как аудит розничной торговли, потребительская панель, исследования рекламы и лояльности потребителей.

Работал в Торгово-Промышленной Палате, затем в Институте социологии Академии наук, где заведовал сектором изучения общественного мнения.

С 1991 года – основатель и генеральный директор Международного института маркетинговых и социальных исследований GfK Rus / ГФК-Русь.

С 2005 г. по настоящее время Александр Демидов руководит базовой кафедрой GfK Rus на факультете социологии НИУ «Высшая Школа Экономики». Является основателем и членом ОИРОМ ([www.oiom.ru](http://www.oiom.ru)). Член ESOMAR с 1992 года.

Александр Демидов – автор ряда коллективных монографий и многочисленных публикаций в российских и зарубежных изданиях. В 2015 году вышла его книга на немецком языке «Konsum in Russland. Vom Sozialismus zum Kapitalismus» – о тенденциях развития потребительского рынка в России и изменениях в покупательском поведении россиян на протяжении последних 30 лет.

В 2016 году вошел в Топ250 лучших управленцев России по версии рейтинга Ассоциации менеджеров и газеты Коммерсант Топ1000 менеджеров России.



**Автор обзора: Александр Демидов,  
Генеральный директор (CEO) GfK Rus**

Контакты:  
109428 Россия, Москва,  
Рязанский проспект, 8А  
ru@gfk.com  
Т +7 495 937 7222  
www.gfk.com

**О компании GfK Rus:**

GfK – это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях и ведущий эксперт в сфере анализа данных. В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка – FMCG, на рынке бытовой техники и электроники, автобизнесе, интернет и медиа-бизнесе, розничной торговле, в секторе телекоммуникаций, финансов и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.com/ru/](http://www.GfK.com/ru/)  
или в Твиттере GfK: [https://twitter.com/GfK\\_Rus](https://twitter.com/GfK_Rus)