

Бюллетень  
о текущих тенденциях  
российской экономики

март 2017

23

## Личное потребление товаров



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Вступительный комментарий

*Динамика потребительских расходов на выходе из рецессии обусловлена спецификой изменения реальных доходов населения, оценками семьями своего будущего и характером предшествующего падения спроса на товары. В 2016 году продолжилось начавшееся в 2015 году снижение реальных объемов покупок потребительских товаров. Оно отражает снижение реальных доходов, продолжающееся несмотря на небольшой рост реальной заработной платы. Отсутствие ясных перспектив дало пока двоякие результаты: опросы показывают рост потребительской уверенности, но реальный спрос падает. Сжатие потребления в 2015-2016 годах отражало специфику положения социальных слоев. В 2015 году доля продовольствия в покупках выросла, особенно у бедных слоев населения. При этом массовый спрос сдвинулся, например, в пользу овощей при снижении покупок более дорогой рыбной продукции. В целом в 2016 году население адаптировалось к последствиям инфляционного шока 2015 года, а личное потребление товаров перешло на новый уровень равновесия.*

*Главный советник руководителя Аналитического центра  
проф. Леонид ГРИГОРЬЕВ*

## Содержание выпуска

Резюме выпуска .....	3
Общие тенденции личного потребления в России .....	4
Продовольственные товары .....	8
Непродовольственные товары .....	12
Ключевая социально-экономическая статистика России .....	16

**Выпуск подготовлен авторским коллективом  
под руководством Леонида Григорьева**

Александр Голяшев

Анна Лобанова

Виктория Павлюшина

## Резюме выпуска

- Личное потребление (расходы домохозяйств) осталось главным драйвером спада ВВП: за 2016 год оно сократилось на 5,0% (после -9,8% в 2015 году) и в постоянных ценах оказалось на 1,9% ниже показателя 2011 года. Главный компонент личного потребления — розничные покупки товаров — показал схожую динамику: в сопоставимых ценах оборот розничной торговли за 2016 год сократился на 5,2% в годовом выражении (после наибольшего с 2009 года падения на 10% в 2015 году).
- Падение розничного товарооборота в 2016 году наблюдается равномерно и в сфере продовольственных (-5,3% в годовом выражении), и в сфере непродовольственных (-5,1%) товаров. В 2015 году более серьезный спад был отмечен среди продаж непродовольственных товаров (-10,9% против -9%), что связано с «бумом» покупок товаров длительного пользования в конце 2014 года.
- Структуру личного потребления товаров в России отличает высокая (по сравнению с развитыми странами) доля продовольствия, что соответствует параметрам развивающегося мира. В 2013-2014 годах доля продовольственных товаров в розничных продажах в России составляла 47,0%, а в 2015-2016 годах выросла до 48,7% за счет более быстрых темпов падения продаж непродовольственных товаров.
- Рост индекса потребительской уверенности в 2016 году обусловлен положительной динамикой в оценках населением произошедших и ожидаемых изменений в экономике России и личном материальном положении опрошенных.
- По оперативным месячным данным Росстата по крупным и средним предприятиям розничной торговли, очищенным от сезонных колебаний, в конце 2016 года розничные продажи мяса снизились и вышли на уровень января 2014 г. Продажи мяса птицы в течение 2016 года были относительно стабильны, а в продажах рыбы продолжилось снижение, начавшееся в конце 2014 года.
- Сжатие розничных продаж молока и сыра объясняется сильным ростом цен на товарную группу «молоко и молочная продукция» — на 7,9%. Продажи картофеля в 2016 году резко возросли, что свидетельствует о замещении картофелем более дорогостоящих продуктов в рационе населения (в частности, рыбы и мяса).
- Значительный рост цен не ведет к заметному снижению розничных продаж товаров, которые не имеют более дешевых аналогов или заменителей. Так, несмотря на то, что за 2016 год рост цен на хлеб и хлебобулочные изделия составил 6,9%, розничные продажи данной категории товаров не изменились.
- Продажи многих товаров длительного пользования (холодильников, стиральных машин, телевизоров) остаются существенно (на 25-35%) ниже уровня 2014 года, что, по-видимому, говорит о новом уровне равновесия на данных рынках.

## Общие тенденции личного потребления в России

**В 2016 году личное потребление (расходы домохозяйств) в России продолжило падать: оно сократилось на 5,0% (после -9,8% в 2015 году)**

По данным Росстата, опубликованным в феврале 2017 г., спад ВВП России в 2016 году составил 0,2% (после -2,8% в 2015 году). При этом в 2016 году ускорилось падение реальных располагаемых доходов россиян. Его темпы достигли -5,9% в годовом выражении после -3,2% в 2015 году и -0,7% в 2014 году. Высокие темпы падения сохраняются, несмотря на снижение годовой потребительской инфляции (7,1% в среднем за 2016 год после 15,5% в 2015 году), что связано с сильным замедлением роста номинальных доходов населения — за 2016 год они выросли лишь на 1%<sup>1</sup>.

**Таблица 1**

**Динамика розничных продаж товаров в России в годовом выражении, %**

		2013	2014	2015	2016
<i>Розничные продажи товаров</i>					
ВСЕГО, в т.ч.:	номинальные	11,0	10,4	5,4	2,2
	реальные	3,9	2,5	-10,0	-5,2
продовольственных	номинальные	12,0	10,4	9,2	2,2
	реальные	2,6	0	-9,0	-5,3
непродовольственных	номинальные	10,2	10,4	2,1	2,2
	реальные	4,9	5,1	-10,9	-5,1
<i>Справочно</i>					
Доходы населения	номинальные	11,7	7,1	10,6	1,0
	реальные располагаемые	4,0	-0,7	-3,2	-5,9
Индекс потребительских цен	декабрь к декабрю	6,5	11,4	12,9	5,4
	в среднем за январь-декабрь	6,8	7,8	15,5	7,1
ВВП, в т.ч.:	номинальный	6,1	11,5	5,1	3,2
	реальный	1,3	0,7	-2,8	-0,2
личное потребление (расходы домохозяйств)	номинальные	10,9	10,4	2,9	1,3
	реальные	4,4	2,0	-9,8	-5,0
Платные услуги населению	номинальные	14,8	7,8	7,8	4,1
	реальные	2,0	1,0	-1,1	-0,3

Источник — Росстат

Личное потребление (расходы домохозяйств) осталось главным драйвером спада ВВП: за 2016 год оно сократилось на 5,0% (после -9,8% в 2015 году). В результате потребление 2016 года в постоянных ценах оказалось на 1,9% ниже показателя 2011 года. Главный компонент личного потребления — розничные продажи товаров —

<sup>1</sup> Доходы населения в период выхода экономики из рецессии // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики № 22, февраль 2017 г. <http://ac.gov.ru/files/publication/a/11944.pdf>

показал схожую динамику: в сопоставимых ценах оборот розничной торговли за 2016 год сократился на 5,2% по сравнению с предыдущим годом (после наибольшего с 2009 года падения на 10% в 2015 году). Падение товарооборота в 2016 году наблюдается равномерно и в сфере продовольственных (-5,3% в годовом выражении), и в сфере непродовольственных (-5,1%) товаров. В 2015 году более серьезный спад был отмечен среди покупок непродовольственных товаров (-10,9% против -9%), что связано с «бумом» покупок товаров длительного пользования в конце 2014 года (Таблица 1).

Таким образом, падение личного потребления и розничных продаж (на 5,0-5,2%) в 2016 году в России оказалось ниже снижения реальных доходов населения (на 5,9%), что может говорить о постепенном исчерпании «защитной» модели потребительского поведения, сложившейся в 2015 году, на фоне оживления экономики в целом.

***В 2016 году сохранилась структура розничной торговли 2015 года: продовольственные товары – 48,7%, непродовольственные – 51,3%***

Структуру личного потребления товаров в России отличает высокая (по сравнению с развитыми странами) доля продовольственных товаров, что соответствует параметрам развивающегося мира. В 2013-2014 годах доля продовольственных товаров в розничных продажах в России составляла 47,0% (что по мировым меркам много для среднеразвитой страны), а в 2015 году выросла до 48,7% за счет более быстрых темпов падения продаж непродовольственных товаров.

В начале 2016 года тенденция роста доли продовольственных товаров в розничных продажах в России сохранилась: в феврале 2016 г. она достигла 49,96% (то есть фактически сравнялась с долей непродовольственных товаров), превысив предыдущий максимум, отмеченный в прошлый кризис, — 49,6% в мае 2009 г. В целом в 2016 году сохранилась структура розничной торговли 2015 года: продажи продовольственных товаров (пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия) составили 48,7%, а непродовольственных — 51,3% (Таблица 2).

Сжатие покупок непродовольственных товаров, шедшее в 2015 году опережающими темпами, привело к перераспределению структуры розничной торговли внутри отдельных групп товаров<sup>2</sup>. Так, в 2015 году выросли доли в розничной торговле почти всех крупных категорий продовольственных товаров. Исключением стали покупки алкогольной продукции (их доля снизилась до 6,9% в 2015 году после 7,1% в 2014 году), однако тенденция к уменьшению в розничных продажах доли алкогольной продукции наблюдается с 2000 года, когда данная доля составляла 9,7%.

---

<sup>2</sup> Данные за 2016 год будут опубликованы Росстатом в сентябре 2017 г.

Таблица 2

Структура личного потребления товаров, %, 2000-2015 годы

	2000	2005	2010	2013	2014	2015
<b>Продовольственные товары, из них:</b>	<b>46,5</b>	<b>45,7</b>	<b>48,5</b>	<b>47,0</b>	<b>47,0</b>	<b>48,7</b>
Мясо и продукты из него	9,1	10,4	8,0	7,7	7,8	8,1
Рыба и морепродукты	2,6	2,1	1,9	1,9	2,0	2,1
Животные и растительные масла, маргарин	2,4	1,7	1,5	1,5	1,4	1,6
Цельномолочная продукция	2,5	1,9	2,1	2,1	2,3	2,5
Сыры жирные	1,3	1,4	1,0	1,0	1,2	1,2
Яйцо птицы	1,1	0,9	0,6	0,6	0,6	0,7
Сахар, мука, крупа	3,3	2,0	1,8	1,7	1,7	1,9
Кондитерские изделия	3,1	2,7	3,0	3,0	3,0	3,3
Хлеб, макароны	4,5	3,1	2,8	2,7	2,7	2,9
Свежий картофель	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Свежие овощи	1,4	1,3	1,6	1,4	1,4	1,6
Свежие фрукты	1,5	1,3	1,6	1,6	1,7	2,0
Чай	0,7	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
Алкогольные напитки и пиво	9,7	9,6	7,6	7,4	7,1	6,9
Табачные изделия	2,4	1,4	1,4	1,8	2,1	2,3
<b>Непродовольственные товары, из них:</b>	<b>53,5</b>	<b>54,3</b>	<b>51,5</b>	<b>53,0</b>	<b>53,0</b>	<b>51,3</b>
Одежда, ткани	13,6	11,1	8,3	7,8	7,3	6,7
Обувь кожаная	4,8	3,8	2,6	2,4	2,3	2,1
Косметика, мыло, моющие средства	2,4	2,2	2,3	2,4	2,4	2,7
Компьютеры, телефоны, телевизоры, бытовая техника	2,3	3,1	3,1	2,8	2,8	2,6
Велосипеды, мотоциклы, автомобили	6,4	7,8	5,0	6,2	6,2	5,1
Бензины автомобильные	3,3	5,6	5,8	6,6	6,3	6,4
Мебель, напольные покрытия	2,1	2,0	1,9	1,8	1,8	1,8
Строительные материалы	1,8	1,8	1,9	2,0	2,0	2,0
Ювелирные изделия, часы	0,9	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9
Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары	3,1	2,9	3,5	3,3	3,5	3,9
Книги, газеты и журналы	0,0	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5

Источник – Росстат

У непродовольственных товаров, наоборот, в 2015 году наблюдалось сокращение долей по сравнению с 2014 годом. Наибольшее сжатие можно отметить в сфере покупок транспортных средств (5,1% в 2015 году после 6,2% в 2014 году) и одежды (6,7% после 7,3%). В то же время увеличилась доля продаж фармацевтической и медицинской продукции (3,9% после 3,5% в 2014 году).

### Индекс потребительской уверенности

Индекс потребительской уверенности<sup>3</sup> россиян резко упал в IV квартале 2014 г. (–11 процентных пунктов) и в I квартале 2015 г. (–14 п.п., График 1). Во II и III кварталах 2015 г. индекс несколько вырос, однако в IV квартале 2015 г. и I квартале 2016 г. произошла вторая волна снижения из-за длительности кризиса, население опять начало переключаться на сбережение на «черный день». Со II квартала 2016 г. значения индекса стали расти и к концу года достигли уровня IV квартала 2014 г.

График 1

Индекс потребительской уверенности (пунктир – сезонно очищенные данные)



Источник – Росстат, расчеты Аналитического центра

Рост индекса потребительской уверенности в 2016 году обусловлен положительной динамикой в оценках населением произошедших и ожидаемых изменений в экономике России и личном материальном положении опрошенных. Положительных изменений в экономике страны в течение следующих 12 месяцев ожидают 20% опрошенных в IV квартале 2016 г. (в III квартале — 18%). Доля негативных оценок сократилась до 27% (в III квартале 2016 г. — 29%). Доля респондентов, считающих, что экономическая ситуация в России не изменится, осталась на прежнем уровне и составила 47%.

<sup>3</sup> Рассчитывается Росстатом как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения (1-2), произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России (3-4), благоприятности условий для крупных покупок (5).

## Продовольственные товары

Розничный товарооборот продовольствия начал снижаться в 2015 году в результате роста розничных цен после резкой девальвации рубля и введения продовольственного эмбарго (в августе 2014 г.<sup>4</sup>). В 2016 году объем розничных продаж продовольственных товаров сократился на 5,3% по отношению к предыдущему году (Таблица 3). Это объясняется снижением реальных доходов населения, продолжившимся в 2016 году несмотря на возобновившийся рост реальных заработных плат. По мнению экспертов [Банка России](#), отчасти это может быть связано с тем, что заработные платы выросли у более состоятельных слоев населения, которые не являются основными покупателями продовольственных товаров. Другие слои населения переориентируются в потреблении на более дешевые категории продовольственных товаров.

**Таблица 3**

**Прирост розничных продаж и потребительских цен (ИПЦ) по отдельным видам и группам продовольственных товаров\*, январь-декабрь к предыдущему году, %\***

	2015		2016	
	Продажи	ИПЦ	Продажи	ИПЦ
Хлеб и хлебобулочные изделия	-0,5	14,2	н/д	6,9
Крупа (Крупа и бобовые)	-15,1	41,8	н/д	9,4
Мясо животных и домашней птицы (Мясо и птица)	-4,8	14,4	0,3**	-0,6
Цельномолочная продукция (Молоко и молочная пр-я)	-2,3	13,7	-1,0	7,9
Сахар (Сахар-песок)	-13,9	39,7	н/д	0,7
Свежие овощи/фрукты (Плодоовощная продукция)	-8,6/-10,2	29,5	4,0/-2,0	-0,1
Алкогольные напитки	-9,0	11,9	н/д	7,3
Макаронные изделия	-9,8	22,4	-2,9	6,6
Рыба и морепродукты	-14,2	28,7	н/д	9,7
Животные масла (Масло сливочное)	-5,7	13,8	-4,1	9,5
Растительные масла (Масло подсолнечное)	-8,6	31,0	-8,0**	16,1
Яйцо птицы (Яйца)	-6,1	17,3	н/д	2,4
Табачные изделия (в статистике цен учитываются в разделе «непродовольственные товары»)	-8,0	24,6	-4,6**	22,1
<b>Продовольственные товары, всего</b>	<b>-9,0</b>	<b>19,1</b>	<b>-5,3</b>	<b>6,0</b>

\* Названия видов и групп товаров в левом столбце приведены по классификации Росстата для статистики по розничным продажам. В случае их отсутствия в классификации Росстата для статистики по потребительским ценам в таблице использованы данные по ценам близких видов и групп товаров, названия которых приведены в круглых скобках.

\*\* Данные за I квартал 2016 г. (в годовом выражении).

Источник – Росстат

<sup>4</sup> Продовольственное эмбарго: импортозамещение и изменение структуры внешней торговли // Бюллетень о развитии конкуренции № 11, август 2015 г. <http://ac.gov.ru/files/publication/a/6007.pdf>

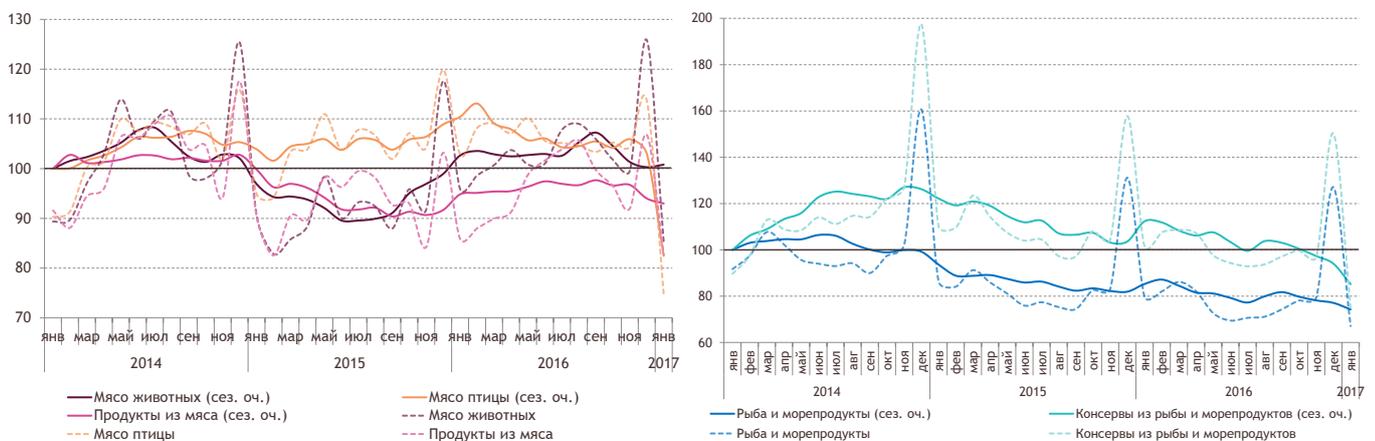
Среди продовольственных товаров, рост цен на которых был наиболее существенным в 2016 году, можно выделить категорию «растительные масла» (+16,1%), розничные продажи которых за I квартал 2016 г. снизились на 8,0% в годовом выражении.

В 2016 году цены на табачные изделия выросли на 22,1% (в первую очередь в связи с очередным повышением акцизов с 1 января 2016 г., следующее повышение вступило в силу с 1 января 2017 г.), но их продажи за I квартал 2016 г. сократились лишь на 4,6%.

По оперативным месячным данным Росстата по крупным и средним предприятиям розничной торговли, очищенным от сезонных колебаний, в конце 2016 года розничные продажи мяса снизились и вышли на уровень января 2014 г. Продажи мяса птицы в течение 2016 года были относительно стабильны. В продажах рыбы продолжилось снижение (в том числе из-за роста цен на 9,7% за 2016 год), начавшееся в конце 2014 года, а в июле 2016 г. ниже уровня января 2014 г. также упали продажи консервов из рыбы и морепродуктов (График 2).

### График 2

#### Розничные продажи мяса и рыбы, 2014-2017 годы (январь 2014 г. = 100)



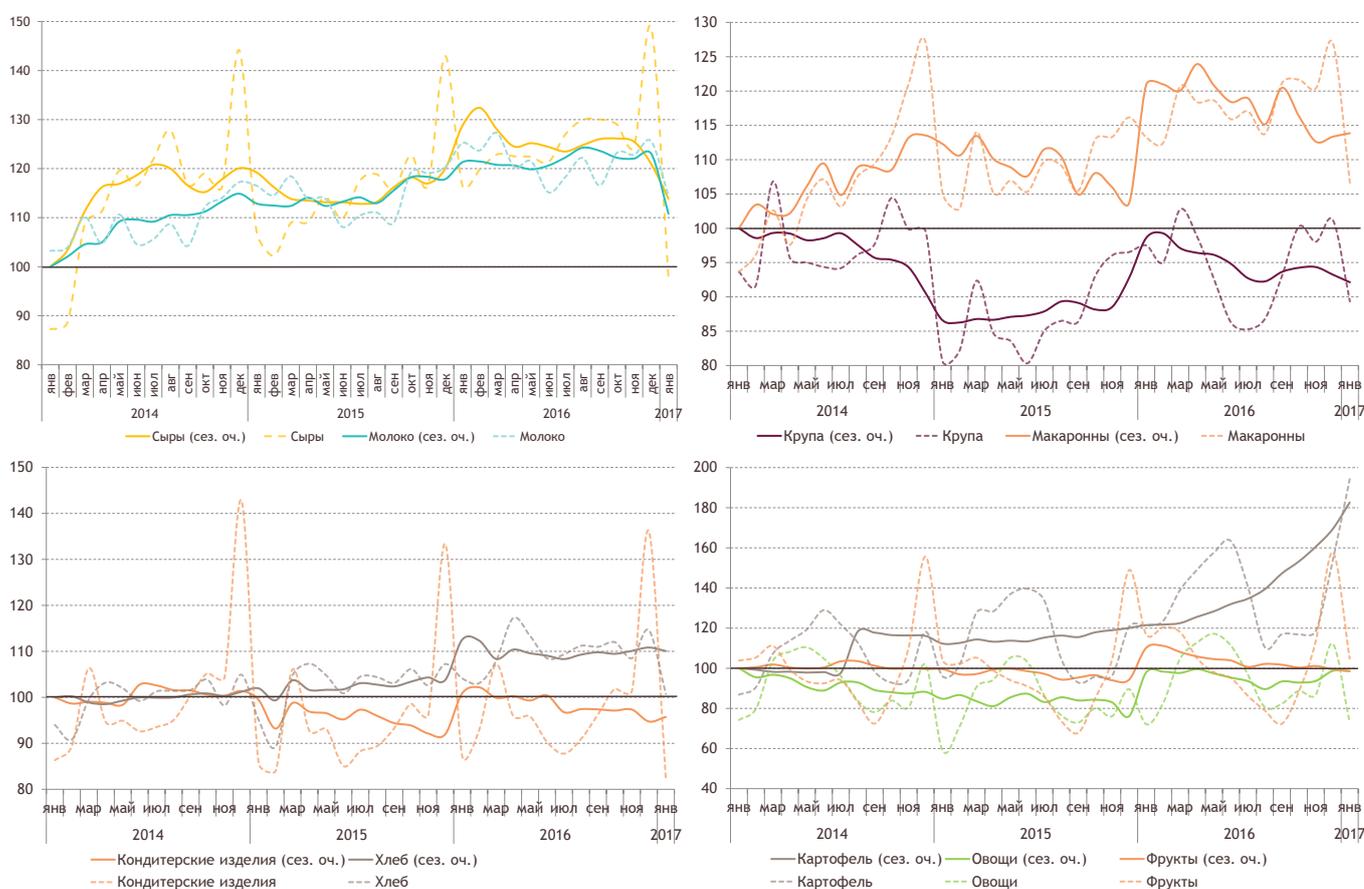
Источник — Росстат, расчеты Аналитического центра

Рост цен также стимулирует переключение потребителей на более дешевые товары. Так, снижение розничных продаж молока и сыра (-1% в 2016 году, График 3) объясняется резким ростом цен на товарную группу «молоко и молочная продукция» — на 7,9%. По этой же причине розничные продажи круп снижаются и находятся ниже уровня января 2014 г.: цены на крупу за 2016 год повысились на 9,4%. В 2015 году рост ИПЦ для этой товарной группы составил 41,8%, что привело к снижению продаж на 15,1%. Продажи макаронных изделий снизились к концу года, а общее снижение за 2016 год составило 2,9% при увеличении цены на 6,6%.

Однако даже значительный рост цен не ведет к заметному снижению розничных продаж товаров, которые не имеют более дешевых аналогов или заменителей. Так, несмотря на то, что за 2016 год рост цен на хлеб и хлебобулочные изделия составил 6,9%, розничные продажи данной категории товаров не изменились. Зато продажи более дорогостоящих кондитерских изделий сократились за 2016 год на 4,2%.

**График 3**

**Розничные продажи молочной продукции, крупы и макарон, кондитерских изделий, хлеба, картофеля, овощей и фруктов, 2014-2017 годы (январь 2014 г. = 100)**



Источник – Росстат, расчеты Аналитического центра

Розничные продажи овощей и фруктов в целом были стабильны в течение 2016 года, однако продажи овощей несколько снизились в июле-сентябре 2016 г., что, по-видимому, объясняется дополнительным переключением населения на продукцию с собственных участков в условиях роста цен. При этом продажи картофеля в 2016 году резко возросли, что, по [мнению](#) экспертов, свидетельствует о замещении картофелем более дорогостоящих продуктов в рационе населения (в частности, рыбы и мяса).

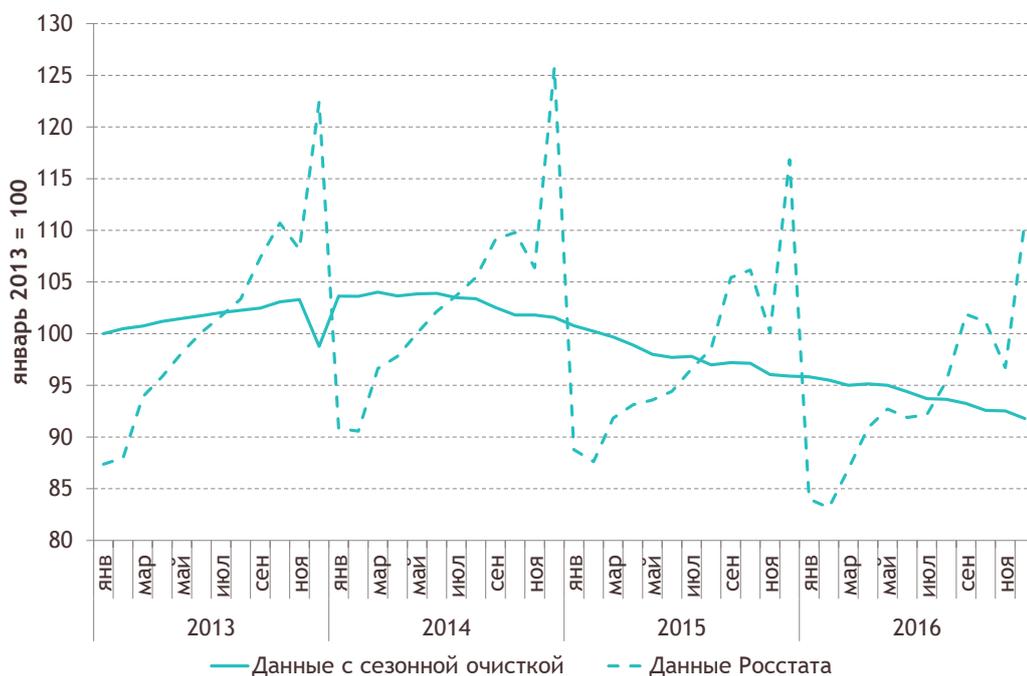
### Общественное питание

Важным аспектом «защитного» потребительского поведения становится частичное переключение от посещения населением мест общественного питания (кафе и ресторанов) к покупке продуктов и приготовлению еды дома<sup>5</sup>. Это наблюдалось в 2009 году — есть признаки такого переключения и теперь. Потребители склонны экономить средства в период кризиса, поэтому посещение мест общественного питания сокращается, хотя без специальных опросов трудно выявить различия по уровню благосостояния посетителей. Причиной данного явления может быть не только снижение доходов посетителей, но и повышение цен в кафе и ресторанах.

Сезонно скорректированные данные показывают (График 4), что с января 2014 г. происходило снижение оборота общественного питания в России. При этом к декабрю 2016 г. оборот общественного питания в России снизился более чем на 12 п.п. относительно локального максимума в марте 2014 г.

График 4

Оборот общественного питания, январь 2013 г. = 100, месячные данные



Источник — Росстат, расчеты Аналитического центра

<sup>5</sup> Григорьев Л.М., Салмина А.А. Потребительское поведение и социально-экономическое положение домохозяйств в условиях кризиса // Российские регионы. — М.: ТЕИС, 2011. С. 206–231.

## Непродовольственные товары

**В 2016 году розничные продажи непродовольственных товаров сократились на 5,1% (после падения на 10,9% в 2015 году)**

Динамика розничных продаж непродовольственных товаров также во многом объясняется изменениями цен на них (Таблица 4). В целом цены на непродовольственные товары в 2016 году выросли по всем основным товарным группам — в среднем за год на 8,2% против 14,2% в 2015 году. Это привело к снижению темпов спада продаж до 5,1% в 2016 году (по сравнению с -10,9% в 2015 году).

**Таблица 4**

**Прирост розничных продаж и потребительских цен (ИПЦ) по отдельным видам и группам непродовольственных товаров\*, январь-декабрь к предыдущему году, %**

	2015		2016	
	Продажи	ИПЦ	Продажи	ИПЦ
Чулочно-носочные изделия / Верхняя одежда (Трикотажные изделия / Одежда и белье)	-7,5 / -14,1	11,0 / 11,0	-5,9**	9,3 / 9,3
Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары (Медикаменты)	-5,9	22,8	2,8	6,0
Ткани	-12,1	17,7	н/д	10,5
Обувь кожаная (Обувь)	-12,2	11,7	-11,2	11,4
Телевизоры / Аудиоаппаратура / Видеомагнитофоны / Компьютеры / Мобильные телефоны (Телерадиотовары)	-27,9 / -18,7 / -27,4 / -24,5 / 3,9	19,0	1,3 / -0,3** / -14,5 / 9,7 / 27,9**	5,4
Бензин автомобильный	0,0	6,0	-1,3	4,8
Синтетические чистящие, моющие и полирующие средства (Моющие и чистящие средства)	0,7	20,3	н/д	10,5
Холодильники и морозильники / Стиральные машины (Электротовары и другие бытовые приборы)	-20,2 / -22,9	26,3	-1,7 / -3,4	9,1
Строительные материалы	-1,7	10,4	-5,3	6,1
<b>Непродовольственные товары, всего</b>	<b>-10,9</b>	<b>14,2</b>	<b>-5,1</b>	<b>8,2</b>

\* Названия видов и групп товаров в левом столбце приведены по классификации Росстата для статистики по розничным продажам. В случае их отсутствия в классификации Росстата для статистики по потребительским ценам в таблице использованы данные по ценам близких видов и групп товаров, названия которых приведены в круглых скобках.

\*\* Данные за I квартал 2016 г. (в годовом выражении).

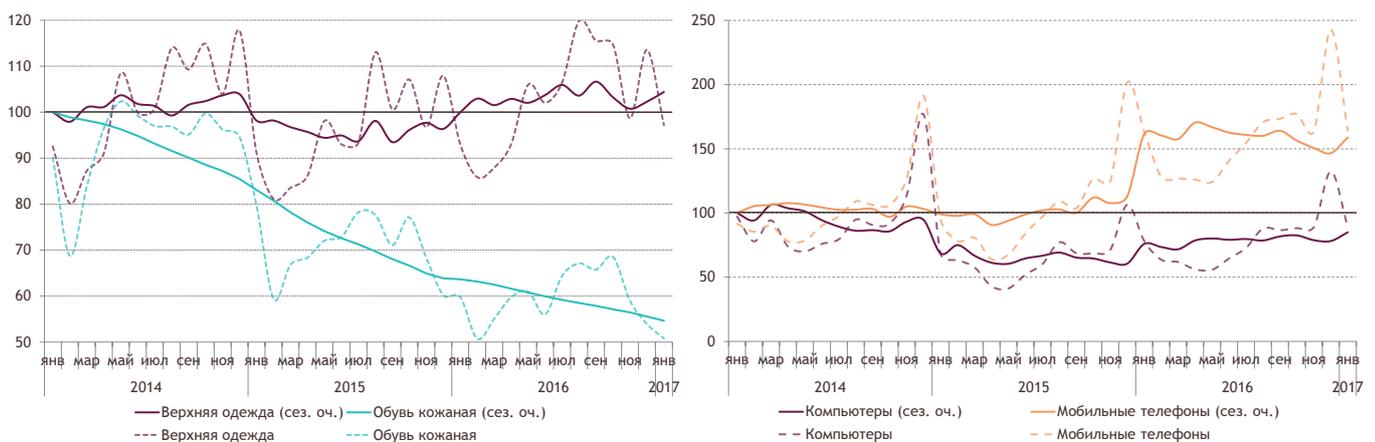
Источник — Росстат

Наибольший рост цен в 2016 году отмечается у товарной группы «обувь» — 11,4%, что привело к снижению продаж на 11,2%. Самый низкий рост цен среди непродовольственных товаров отмечается у таких товарных групп, как бензин автомобильный (+4,8%, снижение продаж на 1,3%), телерадиотовары (5,4%, рост продаж на 1,3%) и медикаменты (6,0%, рост продаж на 2,8%). Для последних двух групп низкие темпы роста цен объясняются в том числе высокой базой предшествующего года: рост цен на телерадиотовары (19%) и медикаменты (23%) в 2015 году был одним из самых высоких. При этом медикаменты, а также моющие средства показали низкую эластичность потребительского спроса: их розничные продажи в 2015 году упали существенно слабее, чем, например, продажи телерадиотоваров и бытовых приборов, цены на которые также выросли примерно на 20-25%. Структура розничных продаж изменилась и внутри отдельных товарных групп. Так, при схожем росте цен номинальные расходы на женскую одежду в 2015 году уменьшились, на мужскую — не изменились, а на детскую — выросли.

Адаптация населения к росту цен происходила в основном за счет сокращения покупок товаров, не относящихся к категории первой необходимости и продовольственным товарам. Анализ сезонно скорректированных рядов продаж непродовольственных товаров демонстрирует снижение потребительского спроса по большинству товарных групп. После снижения покупок одежды в 2015 году в 2016 году рынок начал постепенно восстанавливаться, превысив уровень 2014 года (График 5).

**График 5**

**Розничные продажи верхней одежды, кожаной обуви, компьютеров и мобильных телефонов, январь 2014 г. = 100, месячные данные, 2014-2017 годы**



Источник — Росстат, расчеты Аналитического центра

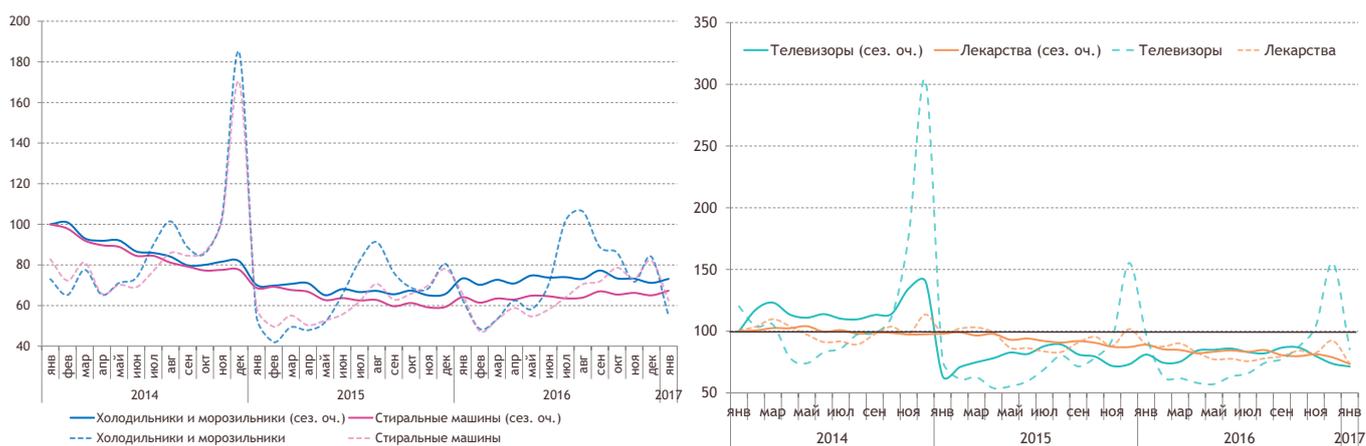
При этом объем продаж кожаной обуви продолжает снижаться, достигнув в январе 2017 г.<sup>6</sup> 55% по сравнению с тем же периодом 2014 года, что свидетельствует о переходе населения на более дешевые товары из искусственной кожи.

Даже с учетом потребительского «бума» в декабре 2014 г. рынок мобильных телефонов не испытал серьезного спада в последующие два года экономического кризиса: уже в июле 2015 г. продажи были на уровне июля 2014 г. В 2016 году произошло резкое увеличение объемов торговли мобильными устройствами, что связано с укреплением национальной валюты, стабилизацией цен на рынке и расширением ассортимента в его бюджетном сегменте.

Продажи других товаров длительного пользования, таких как холодильники, стиральные машины и телевизоры, стабильно остаются на 25-35% ниже уровня 2014 года (График 6), что, по-видимому, говорит о новом уровне равновесия на данных рынках. Продажи холодильников и морозильников к январю 2017 г. восстановились до 73% уровня января 2014 г. при наибольшем падении летом 2015 года до 65% того же уровня. Покупки стиральных машин растут еще более медленными темпами, составив в январе 2017 г. всего 67% уровня января 2014 г. Объем продаж телевизоров после резкого падения в январе 2015 г. (на 3/4 относительно декабря 2014 г. или на треть относительно января 2014 г.) вырос всего на 15% за два года.

График 6

Розничные продажи холодильников и морозильников, стиральных машин, телевизоров, и лекарств, январь 2014 г. = 100, месячные данные, 2014-2017 годы



Источник — Росстат, расчеты Аналитического центра

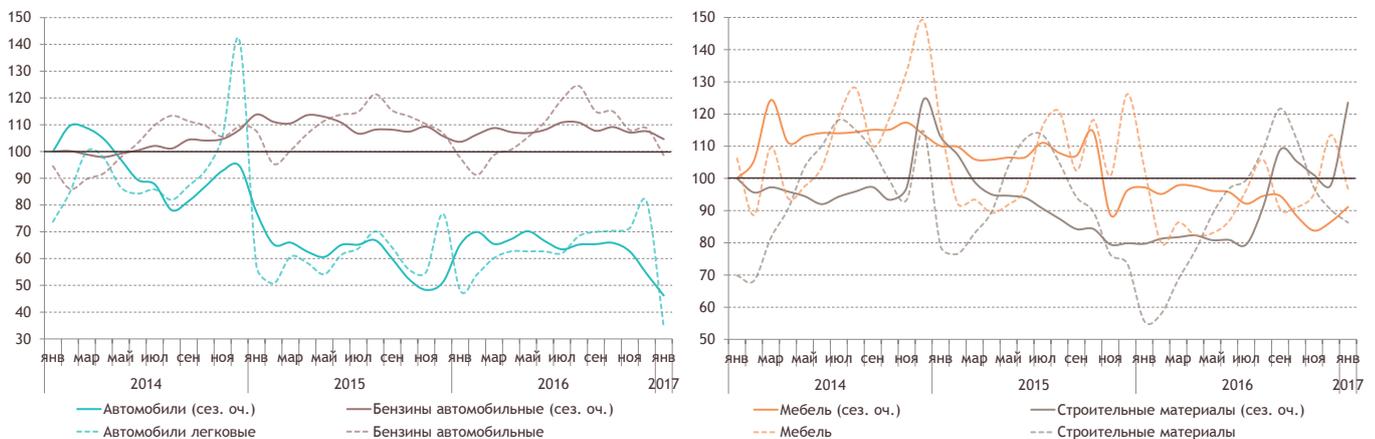
<sup>6</sup> Здесь также может быть важно, что с января 2017 г. Росстат изменил наименования и состав отдельных товарных групп, по которым публикуется оперативная статистика розничных продаж.

Несмотря на увеличение доли фармацевтических и медицинских средств в общем объеме розничных продаж абсолютные объемы покупок лекарственных препаратов в сопоставимых ценах постепенно падают, причем тенденций к восстановлению данного рынка пока не наблюдается.

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), в 2016 году падение продаж легковых автомобилей в России замедлилось до 11% (к 2015 году) после того, как в 2015 году рынок упал на 35,7% (к 2014 году). Таким образом, в 2016 году продажи автомобилей оказались на 43% ниже, чем в 2014 году (График 7). Рынок легковых автомобилей вернулся в область положительных приростов в годовом выражении только ноябре 2016 г. — впервые с декабря 2014 г. Но о восстановлении рынка пока рано говорить: в 2017 году эксперты АЕБ прогнозируют рост продаж всего на 4% (к 2016 году). В то же время ситуация на рынке автомобильных бензинов относительно стабильна (продажи за 2016 год снизились на 1,3%), что свидетельствует о сохранении транспортной мобильности населения.

### График 7

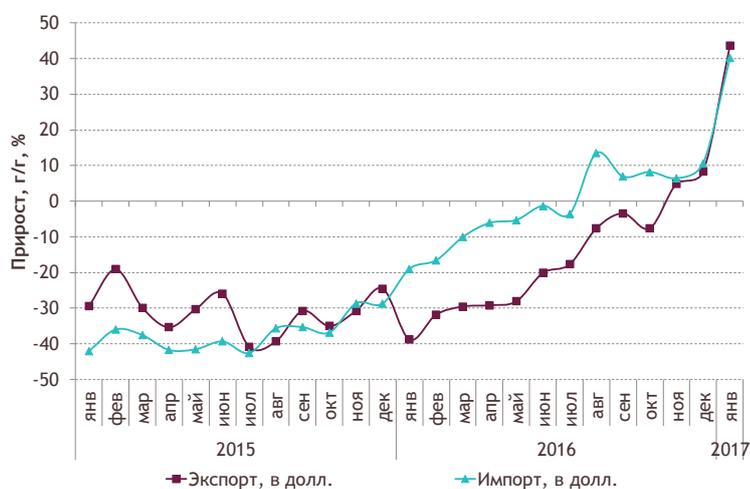
**Розничные продажи легковых автомобилей, автомобильных бензинов, мебели и строительных материалов, январь 2014 г. = 100, месячные данные, 2014-2017 годы**



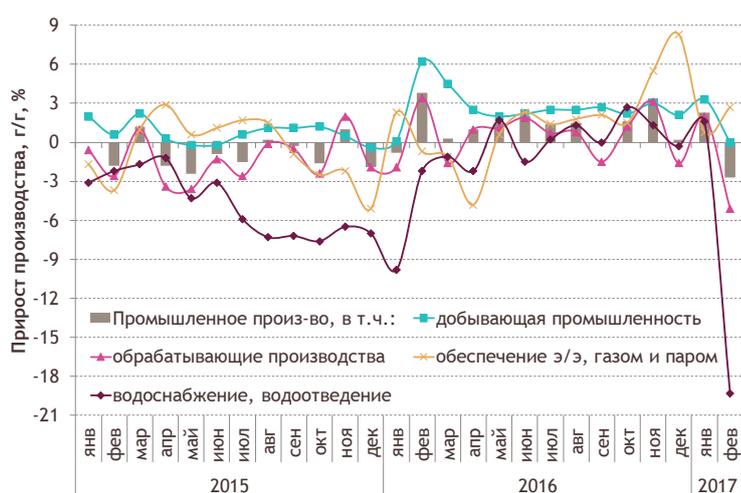
Источник — Росстат, расчеты Аналитического центра

Ситуация на розничном рынке строительных материалов выглядит более оптимистично, несмотря на падение ввода жилья в целом по стране: в розничных продажах строительных материалов со второй половины 2016 года заметна тенденция к восстановлению, что в будущем, вероятно, повлечет восстановление продаж товаров, связанных с обустройством нового жилья. При этом покупки мебели держались на высоком уровне до осени 2016 г. (отложенный эффект ускоренного ввода жилья в конце 2014 года и начале 2015 года), после чего упали ниже уровня января 2014 г.

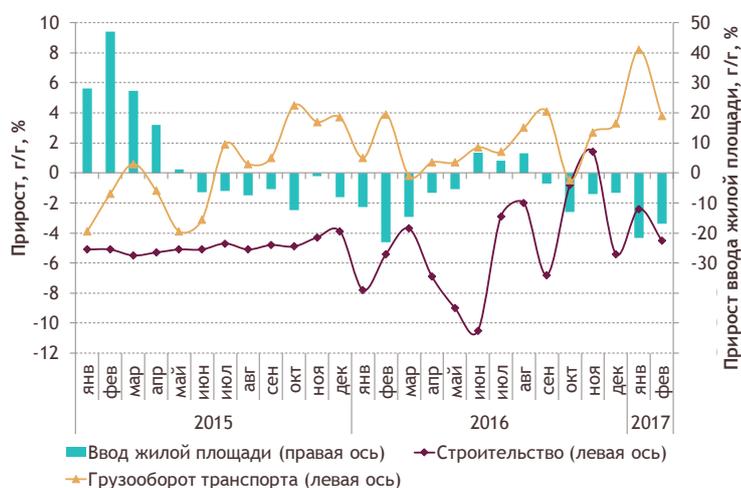
## Ключевая социально-экономическая статистика России



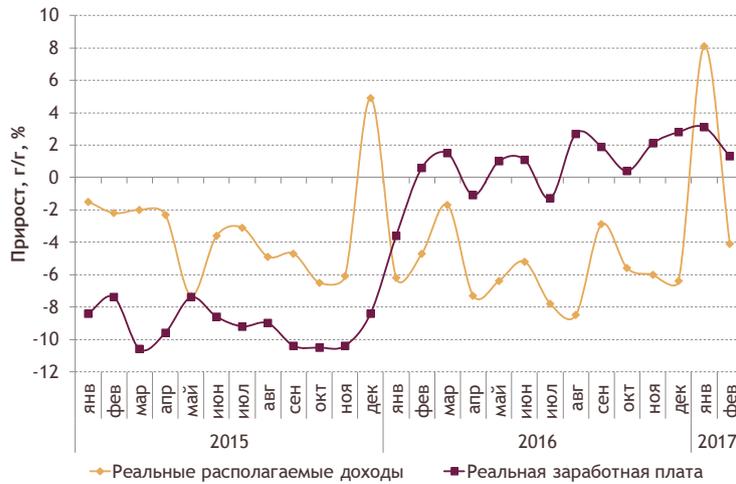
- Внешнеторговый оборот России в январе 2017 г. составил 38,5 млрд долл., увеличившись на 42,4% в годовом выражении (далее — г/г). Такие высокие темпы прироста связаны с низкой базой января 2016 г.
- Объем экспорта в стоимостном выражении увеличился на 43,6%, импорта — на 40,1%, составив 25,6 и 12,9 млрд долл. соответственно.



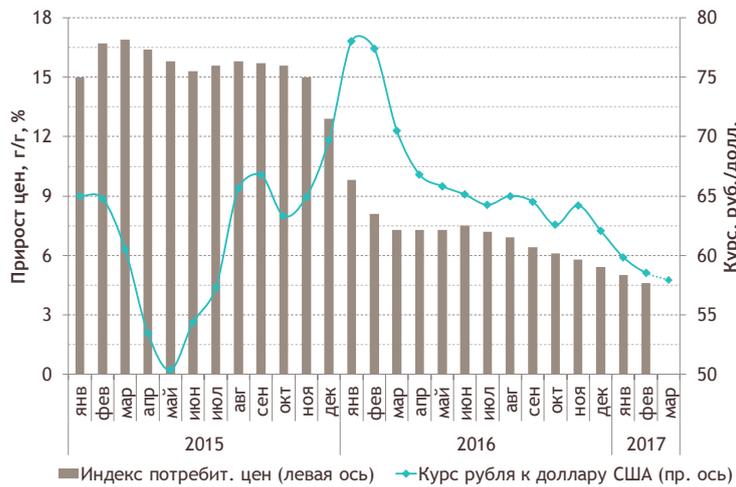
- По оперативным данным Росстата, в феврале 2017 г. после 12 месяцев роста зафиксировано падение промышленного выпуска (-2,7% г/г после роста на 2,3% в январе). Основной вклад в падение выпуска внесли обрабатывающие производства (-5,1% после роста на 2% в январе).
- Ухудшение динамики обусловлено меньшим количеством рабочих дней по сравнению с прошлым годом.



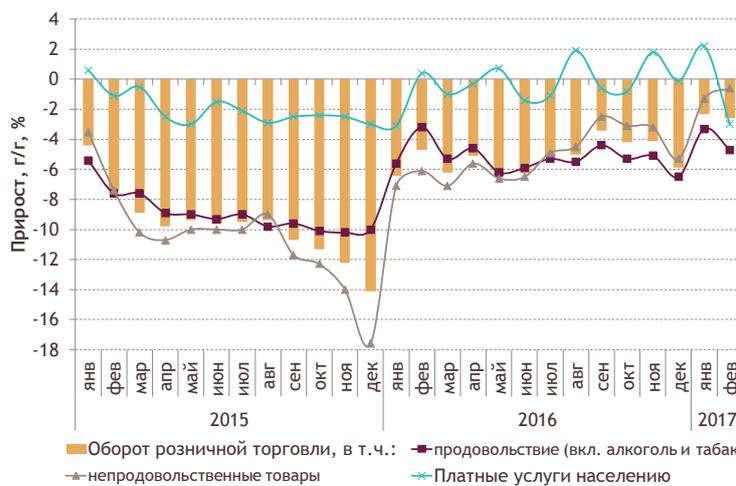
- Темпы падения ввода жилья в феврале замедлились до -17,0% г/г.
- Строительство в феврале осталось в отрицательной зоне приростов — объем выполненных работ в отрасли снизился на 4,5% г/г.
- Объем грузооборота в феврале вырос на 3,8% г/г.



- Реальные располагаемые денежные доходы населения в феврале возвратились в зону отрицательных приростов – снижение составило 4,1% в годовом выражении.
- При этом рост основного компонента доходов — заработной платы — продолжился: в феврале она увеличилась на 1,3% г/г.



- Рост потребительских цен в феврале 2017 г. вновь замедлился — до 4,6% г/г.
- Вследствие восстановления мировых цен на нефть курс рубля в феврале 2017 г. продолжил свое укрепление, составив в среднем 58,2 руб./долл.



- Темпы спада оборота розничной торговли в феврале ускорились до -2,6% г/г после -2,3% в январе.
- Розничные продажи продовольственных товаров в январе снизились на 4,7% г/г, непродовольственных — на 0,6% г/г.
- Сильно упал объем платных услуг населению (-3%), месяцем ранее показавший максимальный прирост с 2014 года (2,2% г/г).

Источник — Thomson Reuters по данным российских ведомств





# ac.gov.ru/publications/



[facebook.com/ac.gov.ru](https://facebook.com/ac.gov.ru)



[twitter.com/AC\\_gov\\_ru](https://twitter.com/AC_gov_ru)



[youtube.com/user/analyticalcentergov](https://youtube.com/user/analyticalcentergov)



[linkd.in/IrGDqJU](https://linkd.in/IrGDqJU)