

Картину, однако, омрачают два факта. Во-первых, граждан, имеющих сбережения (по данным «инФОМа», в среднем этим словом сейчас называют сумму от 168 тыс. руб.), становится все меньше. Доля таких респондентов в 2015 году составила 35%, что «чуть меньше, чем в 2014 году (37%)», а доля «целенаправленно и устойчиво осуществляющих сбережения» — 12% против 15% в 2014-м. Кроме того, с осени начала расти доля тех, кому ничего не удалось отложить за последний месяц (с 66% в июле 2015-го до 72% в декабре), и тех, кто тратит сбережения на текущие нужды. В том, что начали это делать «в последний месяц», в декабре признались 9%. Из опроса ВЦИОМа следует, что в целом расходуют сбережения на повседневное потребление 26%.

Во-вторых, те, кому удается что-то откладывать, часто делают это не от избытка денег — по данным «инФОМа», 85% россиян не хватает либо на еду (10%), либо на одежду (30%), либо на бытовую технику (45%), с осени 2014-го их доля увеличилась на 5 п. п. Рост их сбережений — результат неуверенности в будущем, и заначку они пополняют, вычеркивая из планов приобретение чего-то, без чего пока можно обойтись, раз покупка не по карману. Итог печален и для торговли (спад за год в целом 10%; в декабре — 15,3%), и для поставщиков услуг.

Очевидной жертвой стали туристические поездки: по оценкам Ассоциации туроператоров России (АТОР), в новогодние каникулы снижение выездного турпотока составило 30-35% по сравнению с прошлым годом, а внутренний туризм вырос довольно слабо (6–10%). Просел автомобильный рынок (за январь–ноябрь, по данным Ассоциации европейского бизнеса, на 34,5% год к году, в ноябре на 42,7%), упали продажи других товаров длительного пользования. Впрочем, у 15% россиян, которые, по опросам Sberbank CIB, совершили внеплановые покупки бытовой техники и электроники под влиянием девальвационной паники конца 2014 года, нужда в новом холодильнике или стиральной машине, вероятно, возникнет не скоро. Спад в этом сегменте, декабрь 2015-го к декабрю 2014-го, составляет от 40% до 56% (данные Росстата по торговым организациям, без учета малого бизнеса). Выросли только продажи мобильных телефонов (5,5%).

ЭКОНОМИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ На повседневных расходах тоже приходится экономить — хотя, по данным Nielsen, это относится главным образом к товарам «не первой необходимости». Например, за первые три квартала 2015-го на 9% сократились продажи средств для укладки и на 8% — средств по уходу за телом и руками, а также кондиционеров для волос, рассказывает Фируза Кожагельдина, директор «Nielsen Россия» по работе с компаниями непродовольственного рынка. Потребители проявляют больший интерес к собственным маркам (private label) — они всегда дешевле, и по некоторым категориям вроде зубных щеток рост private label составляет более 150%. Большим спросом стали пользоваться боль-



ПОТРЕБЛЕНИЕ ТВЕРДЫХ СЫРОВ В СТРАНЕ УПАЛО НА 10%, И НЕ ИЗ-ЗА ТОГО, ЧТО ИХ СТАЛИ ПОКУПАТЬ В МЕНЬШИХ ОБЪЕМАХ, А ИЗ-ЗА ТОГО, ЧТО В ПРИНЦИПЕ СТАЛИ ПОКУПАТЬ РЕЖЕ

шие упаковки. «При покупке шампуня россияне все чаще предпочитают бутылку 400 мл вместо 250 мл. Это еще один способ экономии», — указывает эксперт.

Впрочем, падение продаж непродовольственных товаров на 10,7% по итогам 2015 года выглядит, с учетом ажиотажа 2014-го, не так пугающе, как спад на 9,2% в продовольственном сегменте. Экономить на продуктах пытаются 70% россиян (данные Sberbank CIB). Если год назад в чеке было в среднем 6–8 позиций, теперь их скорее 6, говорит директор по взаимодействию с органами государственной власти Х5 Станислав Наумов. По его словам, люди ищут промоакции и «ходят из магазина в магазин, добирая корзину промотоварами», а сети, чтобы удержать покупателя, некоторые товары продают даже ниже себестоимости: «Перед Новым годом так было с фруктами — с бананами, например».

Однако экономия достигается не только за счет поиска промоакций и отказа от дорогих брендов, но и за счет изменения продуктовой корзины. По данным скан-панели домохозяйств «Ромира» — Romir Scan Panel, потребление рыбы и морепродуктов сократилось на 12% (рост цен в среднем в категории на 20%), мяса — на 2,5% (рост цены в среднем на 15%). Место говядины в магазинной тележке все чаще занимает курица, позволяют утверждать данные Росстата: в декабре 2015-го продажи в категории «мясо птицы» выросли на 3,5% к декабрю 2014-го, а в категории «мясо животных» — упали на 6,3%.

Естественно, снизился спрос на сыры, и качество, и цена которых после запрета импорта из стран ЕС оставляют желать лучшего. По данным «Ромира», потребление твердых сыров упало на 10%, и не из-за того, что их стали покупать в меньших объемах, а из-за того, что в принципе стали покупать реже, уточняет руководитель панельного департамента «Ромира» Инна Афанасенко. Покупатели ищут спасения в плавленых сырах: их потребление выросло на 12% «за счет новой аудитории».

Экономия затронула и овощи. «Ромир» констатирует снижение потребления томатов (на фоне девальвации и санкций против Турции это неудивительно), а Nielsen отмечает 18-процентное падение спроса на мороженные овощи и фрукты. Не исключено, что многие заменяют их очень простой едой: потребление картофеля выросло, по данным «Ромира», на 7%, свеклы — на 8%, капусты — на 11%. Кроме того, растут продажи молока (за январь–ноябрь на 10%, данные Nielsen), макарон (8%) и специй 6%.

Впрочем, как указывает Станислав Наумов, «тотального упрощения рациона до хлеба, молока и картошки нет». «Нельзя сказать, например, что люди совсем отказываются от сладкого — в ситуации кризиса потребитель все равно хочет себя побаловать, и если сделать меньше размер кусочка пирожного, таких пирожных купят больше. Тем более что мы, как нация, не едим в общепите, для нас вопрос разнообразия покупок — это вопрос, из чего мы потом сможем что-нибудь приготовить», — говорит Наумов. Общепит за январь–ноябрь 2015-го потерял 5,8% оборота. ■

«КОММЕРСАНТЪ. ДЕНЬГИ» 1 ФЕВРАЛЯ 2016 ГОДА

стипит гарантом пролонгации продовольственного эмбарго еще лет на 15. Но не в том случае, если через полгода в страну хлынут импортные товары, которые иностранным производителям дотируют их государства.

Руствэм Камалов, директор сети агентств недвижимости сан:
— Я считаю, что перспектива всегда есть. Я бы вложился в производство сырья для изготовления медицинских препаратов растительного происхождения.

Вадим Старов, предприниматель, вице-спикер курултая республики:
— Я считаю АПК очень перспективным направлением. Если бы у меня были свободные деньги, обязательно бы вложил в эту деятельность. Думаю, что после введения санкций рентабельность этого бизнеса будет достигать до 100%.

Рамиль Бигнов, предприниматель:
— Я уверен, что в сегодняшних условиях агропромышленный бизнес весьма при-

влекательный. У нас тоже есть свои планы по участию в нем. Дорогой доллар очень положительно сказывается на развитии нашего производства как сельском хозяйстве, так и в других областях, и в обрабатывающей промышленности и в станкостроении.

Сергей Шмергельский, предприниматель:
— Я уже занимаюсь агропромышленной деятельностью, но не в Башкирии, а в Саратовской области. Мы выращиваем под-

солнечник и или перерабатываем его в масло или отправляем на экспорт. Мы также выращиваем горчицу и экспортируем ее в Пакистан, Индию и другие страны. Конечно, сельское хозяйство — это та отрасль, в которую нужно вкладываться. Вопрос тут не только в коммерческой составляющей, сможем мы или нет мы этим заработать, просто без АПК мы не проживем.

подготовила ольга корзик