

НА ПОЛКАХ ЦЕНЫ ЗАТРЯСЛИСЬ

КАК СЭКОНОМИТЬ НА ПОКУПКЕ ПРОДУКТОВ



Растущие цены на продукты питания — самая горячая тема с конца прошлого года. По оценкам Росстата, за 2020 год продовольствие в России подорожало на 7,9%, а самая заметная динамика была зафиксирована в овощах, сладостях, фруктах, хлебобулочных изделиях и крупах. Власти пытаются отрегулировать цены в ручном режиме, а потребители в опросах заявляют о растущем стремлении экономить. «Деньги» изучили, как обстоит ситуация со скидками и акциями в популярных магазинах и чего ждать потребителям.

По подсчетам NielsenIQ, продажи продуктов питания и товаров повседневного спроса (FMCG) в прошлом году в России в денежном выражении выросли на 3%. Динамика объясняется исключительно увеличением средних цен, так, на протяжении всех кварталов, кроме первого, отмечалось снижение объема покупок, поясняли аналитики. По оценкам Росстата, в 2020 году продукты питания в России подорожали на 7,9%. Заметнее всего — на 20% — выросли цены на овощи. Сахар и кондитерские изделия подорожали на 13,6%, фрукты — на 12,9%, масло — на 11%, хлебобулочные изделия и крупы — на 8,6%. Кроме того, на 5,6% выросли цены на рыбу и морепродукты, молочные продукты, сыры и яйца стали дороже на 5,1%, мясо и мясные изделия — на 3,3%. Компания «Эвотор» на основе реальных покупок, по данным онлайн-касс, зафиксировала рост цен на продукты с января 2020-го по январь 2021 года на 5,4%. За январь этого года по сравнению с декабрем цены выросли на 0,4%. По оценкам компании, наибольший вклад в рост индекса в прошлом году внесли такие категории продуктов, как растительное масло (рост на 47%), консервированные овощи (на 23%), майонез (на 18%), мука пшеничная (на 17%), гречка (на 14%). На минеральную воду «Эвотор» зафиксировал снижение цен на 2%.

В конце 2020 года вопрос цен на продукты питания в России вышел на политический уровень. Президент Владимир Путин на совещании с членами правительства возмутился ростом стоимости сахара, подсолнечного масла и макаронных изделий и отчитал чиновников за неиспользование «инструментов для сдерживания цен». После этого в правительстве инициировали заключение между крупнейшими поставщиками и торговыми сетями соглашения о сохранении предельных отпускных цен на масло и сахар. Так, максимальная отпускная цена на подсолнечное мас-

ло установлена в 95 руб. за 1 л, розничная — в 110 руб. за 1 л. Для сахара — 36 руб. и 46 руб. за 1 кг соответственно. Договоренности должны действовать до конца первого квартала 2021 года. Чиновники тем временем регулярно формально и неформально призывают производителей продуктов питания не повышать цены.

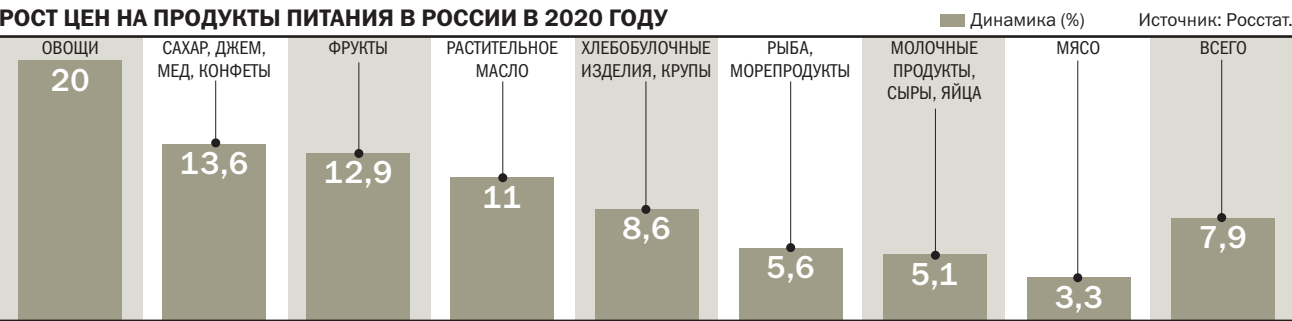
Впрочем, сдержат инфляцию таким образом вряд ли удастся. Как следует из опроса более 1 тыс. респондентов в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, проведенного NielsenIQ в декабре 2020 года, рост цен в категориях FMCG заметили 52% потребителей. Годом ранее таких было 50%. По данным «Ромир», доля потребителей, которые предпочитают продукцию недорогих брендов, и тех, кто покупает товары только по скидкам, в 2021 году вырастет до 38% и 26% соответственно. Для сравнения: в 2014 году эти показатели были на уровне 23% и 3%, в 2019 году — 33% и 17% соответственно.

Предложения для экономных

На фоне растущей обеспокоенности ростом цен на продукты питания и товаров повседневного спроса, усугубленного продолжающимся падением доходов населения, все более остро будет стоять вопрос экономии. По данным NielsenIQ, сокращают расходы уже 57% россиян, тогда как в конце 2019 года было 45%. Основной интерес для потребителей представляют прямые скидки (60% респондентов), 46% могут привлечь акции «купи два по цене одного», а 40% — скидки в программах лояльности, следует из опроса компании.

Один из самых простых способов экономии — сервисы по поиску скидок, самый популярный среди которых «Едадил». Такие площадки анализируют каталоги популярных сетей и позволяют оценить наличие товара со скидками в ближайших для пользователей магазинах. В Москве «Едадил» работает, к примеру, с «Пятерочкой», «Перекрестком», «Каруселью» (все входит в X5 Retail Group), «Магнитом», «Вкусвилл», «Верным», SPAR, Auchan, «Лентой», «Мираторгом», «О'Кей» и пр. Но сервис не может отследить и гарантировать наличие каждого товара в конкретном магазине, в каких-то сетях промо может уже закончиться, а в каких-то — начаться новое.

ТЕКСТ **Анатолий Костырев**
ФОТО **Дмитрий Коротаев**



ПРИЧИНА РОСТА ИНТЕРЕСА К ПРОМО (% ОТ РЕСПОНДЕНТОВ)		
	2019 год	2020 год
ЖЕЛАНИЕ ЭКОНОМИТЬ	45	57
РОСТ ЦЕН НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И ТОВАРЫ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА	50	52
СТАЛО БОЛЬШЕ ТОВАРОВ СО СКИДКАМИ	48	38

Источник: NielsenIQ.

НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫЙ ТИП АКЦИЙ В МАГАЗИНАХ (% ОТ РЕСПОНДЕНТОВ)	
СКИДКА НА ТОВАР	60
КУПИ ДВА ПО ЦЕНЕ ОДНОГО	46
СКИДКА НА ЧАСТЬ АССОРТИМЕНТА ПО КАРТЕ ЛОЯЛЬНОСТИ	40

Источник: NielsenIQ.