



## Потребительский рынок России

В конце 2024 года портал Retail.ru совместно с аналитическими агентствами INFOline, “Помир”, Nielsen, Ipsos и топ-менеджерами крупнейших розничных компаний провел стратегическую онлайн-конференцию “Потребительский рынок России: итоги 2024 и вызовы 2025”.

Традиционная итоговая конференция портала была посвящена главным событиям 2024 года, ее участники также делились бизнес-прогнозами на 2025 год и предположениями, как покупатель будет себя вести в ближайшем будущем. Экспертами конференции выступили генеральный директор “INFOline-Аналитика” Михаил Бурмистров, директор по

стратегии, инвестициям и развитию бизнеса розничной сети “Магнит” Андрей Бодров, директор по работе с клиентами РОМИР Анастасия Сидорина, директор по аналитике и консалтингу Nielsen Марина Волкова, управляющий директор сети “Около” группы X5 Игорь Плетнев, эксперт фирмы “1С” Елена Калинина, CEO OPEN Group Павел Прохоров, директор по развитию бизнеса Ipsos Анна Уварова, управляющий партнер брендингового агентства Depot, президент Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР) Анна Луканина. Модератором — руководитель проекта Retail.ru Наталья Марова.

По данным “INFOline-Аналитика”, количество домохозяйств в России, состоящих из одного человека, за последнее десятилетие выросло более чем в два раза. В связи с этим значительно возросло потребление ряда непродовольственных товаров.

Что касается сферы продуктов питания, то здесь заметно увеличение потребления готовой еды, потому что одинокий человек крайне редко готовить. Также существенно увеличилось количество покупателей-мужчин. К сожалению, сейчас восемь из 10 браков заканчиваются разводами, и мужчины вынуждены активнее вовлекаться в процесс покупок. Таким образом, сложившаяся ситуация — новый вызов для ретейлеров, поскольку мужская и женская покупательские аудитории существенно различаются — они по-разному реагируют на рекламу продукции, а также имеют особенности потребления в тех или иных товарных категориях.

В России наблюдается острый дефицит кадров. За последние три года отечественный сектор экономики “потерял” почти два миллиона человек. Безработица в России снизилась до исторического минимума.

На территории России сегодня находится порядка 6,2 миллиона иностранных граждан с учетом и нелегальных мигрантов. Еще два года назад иностранных граждан в нашей стране насчитывалось 8 мил-

лионов. Ужесточение контроля за исполнением действующего миграционного законодательства и принятие комплекса новых законов приводят к упорядочению нахождения иностранных граждан на территории нашей страны. Данный тренд сохранится и в наступившем году.

В 2024 году произошло несколько ценовых шоков. Основными причинами ускорения роста цен и усиления инфляционного давления стали ослабление рубля, рост заработных плат и индексация тарифов.

На рынке непродовольственных товаров в 2024 году в рейтинге выросли только маркетплейсы и несколько лидеров ретейла. В 2023 году 100 крупнейших ретейлеров занимали 58,5 процента всего оборота розничной торговли. К концу 2024 года прогнозируемый показатель составил 67 процентов. Для сравнения: еще в 2019 году ситуация была обратной. Подобная консолидация — признак зрелости рынка. Несмотря на то что традиционно рост рынка при подобной ситуации замедляется, российский продолжает расти, но со значимой долей маркетплейсов.

Так, на первых строчках рейтинга крупнейших сетей по выручке сейчас находится X5 Group, чьи показатели за 9 месяцев 2024 года выросли на 24,9 процента, а также “Магнит” и “Дикси”, чей рост составил 20,5 процента, и “Красное и белое” и “Бри-

столь” (+22,6 %). Примечательно, что данные позиции они делят с маркетплейсами Wildberries и Ozon, рост которых составил 55,7 и 69 процентов соответственно. Кроме того, существенный рост по выручке у сети “Лента” (+58,9 %) и “ВкусВилл” (+30,7 %). Отрицательная динамика из входящих в топ-10 по выручке только у “Светофора” (–2,2 %).

К сожалению, доходы крупнейших операторов рынка непродовольственных товаров растут медленнее, чем инфляция. Так, выручка сети DNS выросла на 6,6 процента, “Лемана Про”, “М.Видео” и “Эльдорадо” — на 7,8 процента.

При этом рост, например, “Мега-маркета” составил 122,4 процента, а “Яндекс Маркета” — 44,7 процента. Это еще раз подтверждает, что позиции маркетплейсов продолжают улучшаться. Мультикатегорийные маркетплейсы сейчас активно идут в регионы и продолжают расширять ассортимент, развивая трансграничную торговлю и приводя в Россию в том числе китайских продавцов.

Как зафиксировали аналитики РОМИР, по сравнению с аналогичными периодами прошлого года динамика цен на товары повседневного спроса, которые входят в среднестатистическую корзину российских потребителей, в сентябре 2024 года составила 22 процента.

Статью целиком читайте  
в бумажной версии журнала