



31 марта 2017г.

Пресс-релиз

Торговля - двигатель прогресса?

Этот громкий лозунг помнят многие представители старших поколений населения нашей страны. Почему именно торговля, которая ничего по сути не производит, разве нет других показателей? Конечно, есть. Но современные российские эксперты, по большому счету, соглашаются с историческим лозунгом и утверждают, что в экономике есть два важных показателя, которые точнее всего указывают, как живут люди, сколько тратят на продукты и товары, насколько интенсивно развивается промышленность, позволяя людям хорошо зарабатывать: это оборот розничной торговли и выработка и потребление электроэнергии.

Магазины без покупателей

Собственный опыт и наблюдения за окружающими в магазинах позволяют нам сделать выводы: покупать мы стали меньше, «пышные» тележки у касс в супермаркетах - все реже, деликатесы - только накануне праздников... А что говорит о подвижках в наших аппетитах статистика?

Статистические данные за прошедший год подтверждают наши наблюдения: покупали в 2016 г., по сравнению с 2015г., россияне, в том числе и владимирцы, меньше. Во Владимирской области оборот розничной торговли в товарной массе сократился до 95,8% - снижение 4,2%. Но за счет роста цен в денежном выражении товарооборот вырос на 4,8 млрд. рублей и достиг 200 млрд. 149 млн. рублей.

В среднем оборот розничной торговли в товарной массе по регионам страны сократился на 5-6 процентов. Наибольшее снижение зафиксировано в Омской (около 13%) и Челябинской (10,5%) областях. Однако есть регионы, где снижение не такое радикальное. Например, в Санкт-Петербурге торговля просела всего на 1,5%.

Среди субъектов ЦФО в росте Белгородская область - 1,7% и Московская область - 1%. Особенно значительно оборот розничной торговли сократился в Смоленской - почти 10%, Ивановской - 9,4% областях, в Москве - на 9%, в Брянской, Ярославской, Тульской, Орловской областях - по 6-7%.

Динамика оборота розничной торговли

Первопричиной падения оборотов торговли эксперты называют сокращение денежных доходов населения. Оказывает влияние и состояние бизнес-климата в регионах: какие созданы условия для работы торгового бизнеса, от малых форматов торговли (рынки, ярмарки, киоски, павильоны, автолавки, несетевого бизнес) до магазинов шаговой доступности и крупных торговых сетей. Сокращение оборота розничной торговли, - тенденция достаточно устойчивая и стабильная - за три года этот показатель по стране

упал на 15-20%,

В 33- регионе ситуация складывалась следующим образом с 2011 по 2013 оборот увеличивался, в 2014г. - рост минимальный - 1,4%; в 2015г. - сокращение - 9,4%; в 2016г. сокращение – 4,2%. В результате за два года снижение на 13,6%.

Сохраняем подходы

Говорят, что мы больше всего тратим денег на питание. В данном случае народная молва от данных статистики недалеко ушла. В структуре оборота розничной торговли региона в 2016 году удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 52%, непродовольственных товаров – 48%. Пищевых продуктов за этот период населению продано на 104 млрд. рублей, непродовольственных товаров – более чем на 96 млрд. рублей.

Следует отметить, что эта пропорция с небольшими подвижками во Владимирской области держится с 2011г. Почему при такой изменчивой конъюнктуре рынка мы ведем себя на потребительском рынке одинаково, вопрос скорее к социологам, экспертам и аналитикам.

Кто на «готовенькое»?

О многом из нашей жизни могут рассказать цифры оборота общественного питания. По сравнению с 2015г. он сократился на 4,7%, и составил 9,9 млрд. рублей. Любопытно, но даже предновогодняя суэта не смогла нарушить эту тенденцию: декабрь 2016г. не дотянул 1% до уровня декабря 2015г. Если обобщить, то мы стали реже посещать кафе, рестораны, пиццерии, столовые, а также другие заведения общественного питания.

Также меньше денег стали тратить на покупку кулинарной продукции, на заказы еды на работу и домой, меньше заказываем банкетов, приемов. В этом же ряду сокращение объемов питания объектами социальной сферы (школами, санаториями, домами престарелых), на транспорте и др.

Что предпочитаете?

На вопрос, каким товарам владимирцы стали отдавать предпочтение, а какие покупать реже, отвечает показатель индекса физического объема продаж. В 2016 г. увеличился спрос на свежие овощи - на 7,5% , на крупы - 1,4% , на маргариновую продукцию - 1,2%, на безалкогольные напитки - 1,1%, на сахар - 0,8% , на яйцо птицы - 0,7%, на пищевые масла и жиры - 0,4%, на мясо домашней птицы - 0,3%, на хлеб и хлебобулочные изделия - 0,2%.

Больше всего - на 17% - сократился спрос на рыбу и морепродукты, на 12% - на консервы и пресервы из рыбы и морепродуктов и на молочные напитки, более 10% - на животные масла. Более 7% упал спрос на кондитерские изделия, на 6% - на продукты из мяса, хотя продажа самого мяса животных осталась практически на уровне 2015г (99,8%), также в минусе на 6%-7% консервы молочные сухие, сублимированные, чай, кофе, какао.

Со свежими фруктами ситуацию можно считать стабильной - сокращение всего на 0,3%. А вот с вредными привычками многие владимирцы похоже распрощались - продажа табачных изделий сократилась на 7%.

В группе недовольственных товаров более чем в полтора раза выросла продажа мобильных телефонов (152%), почти на 8% увеличилась продажа косметических и парфюмерных средств, рост более 4% показало дизельное топливо, при этом бензин автомобильный - только 1,2%. Также на 1,2% выросла продажа компьютеров в полной комплектации, у мониторов - рост значительно - 10,3%

Из разряда любопытных цифр: продажа ламп накаливания (включая галогенные, кроме ламп для автотранспортных средств) – выросла на 2,6%, чулочно-носочных изделий – почти на 2%, мотоциклов - на 0,4%, газового моторного топлива - на 0,1% . Продажа ювелирных изделий из драгоценных металлов и камней осталась на прежнем уровне (99,9%).

Самое большое сокращение у легковых автомобилей – более 20%, видеомэгафоны потеряли около 24% спроса, аудиоаппаратура - около 23%, мебель бытовая - почти 13%, игры и игрушки и спортивные товары - более 10%, ткани - 8%, строительные материалы, верхняя одежда, лекарственные средства – более 7%.

На 6% меньше продано одежды из меха, напольных покрытий и ковровых изделий, а также товаров через сеть-Интернет.

Цифровые иллюстрации наглядно продемонстрировали наши приоритеты, и оставленные позиции в 2016г. Тренд на сокращение оборота розничной торговли характерен и для двух первых месяцев текущего года. По сравнению с январем-февралем 2016г. этот показатель снизился в товарной массе на 1,6% и составил более 31 млрд. рублей. Оборот общественного питания в январе-феврале 2017г. потерял 1,3% и составил почти 1,7 млрд. рублей.

Как будет меняться потребительский рынок в дальнейшем, покажут оперативные данные Владимирстата, размещенные в разделе http://vladimirstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/vladimirstat/ru/statistics/enterprises/trade/

Солдатова Наталья Михайловна,
специалист Владимирстата
по взаимодействию со СМИ
тел. (4922 534167); моб. 8 930 740 88 65
mailto: P33_nsoldatova@gks.ru
<http://vladimirstat.gks.ru>

При использовании материалов Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области в официальных, учебных или научных документах, а также в средствах массовой информации ссылка на источник обязательна