

## 2. ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ: ВТОРОЙ ГОД ПАНДЕМИЙНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

**Бурдяк А.Я.**, с.н.с. лаборатории исследований уровня жизни и социальной защиты  
ИНСАП РАНХиГС

*В апреле 2020 г. из-за введения режима самоизоляции потребительский спрос значительно сократился. Спустя год, в апреле 2021 г., когда эпидемиологическая ситуация вызвала все меньше опасений, потребление товаров и услуг выросло, практически восстановившись до допандемийного уровня: например, оборот розничной торговли увеличился на 35%, а его структура все больше похожа на «доковидную». Субъективное же восприятие гражданами роста цен за прошедший год изменилось: все большая доля населения оценивает его как значительный.*

Начиная с апреля 2021 г. годовые показатели оборота розничной торговли и объема потребленных населением платных услуг устойчиво растут. Так, оборот розничной торговли составил 134,7%<sup>1</sup> (апрель 2021 г. к апрелю 2020 г. в сопоставимых ценах), в том числе 110,2% по продажам продовольственных товаров, включая напитки и табачные изделия, и 167,7% по продажам непродовольственных товаров. Статистика потребления платных услуг свидетельствует, что в апреле 2021 г. в сопоставимых ценах их было оказано в полтора раза больше (152,1%), чем за аналогичный месяц предыдущего года.

Структура оборота розничной торговли стала больше похожа на допандемийную: удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 47,1% в апреле 2021 г., тогда как в апреле 2020 г. продовольственные товары, напитки и табак обеспечивали 57,3% оборота розничной торговли. Для сравнения: до пандемии в апреле 2019 г. – 48,5%.

Для иллюстрации процесса восстановления потребительского спроса была рассчитана его динамика за последние два года. Оборот розничной торговли в апреле 2021 г. в сопоставимых ценах достиг 105,1% от значений апреля 2019 г. Продажи непродовольственных товаров составили 109%; продажи продовольствия, напитков и табачных изделий – 101,2%; объем платных услуг достиг 94% от аналогичного показателя двухлетней давности в сопоставимых ценах (рис. 1). Таким образом, несмотря на значительный

<sup>1</sup> Доклад «Социально-экономическое положение России» / Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50801>

## Мониторинг экономической ситуации в России

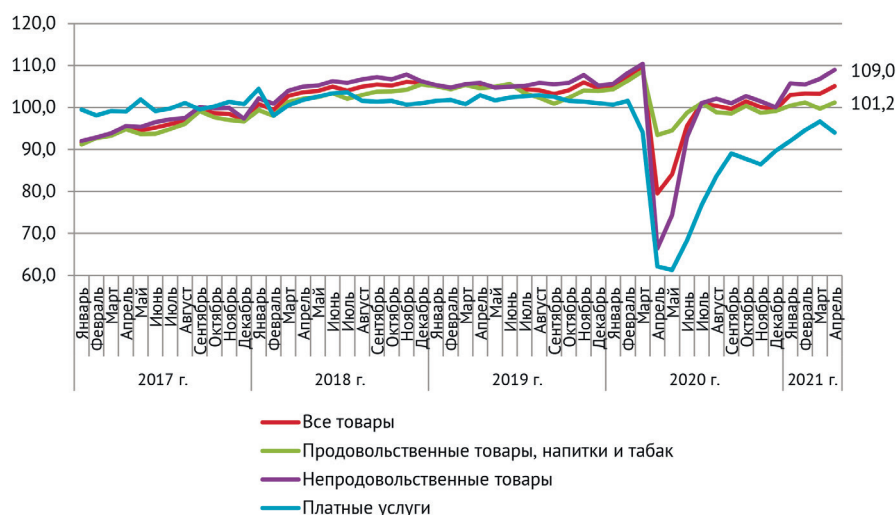


Рис. 1. Двухлетняя динамика оборота розничной торговли и объема платных услуг, % к аналогичному месяцу двумя годами ранее

Источник: данные Росстата, расчеты автора.

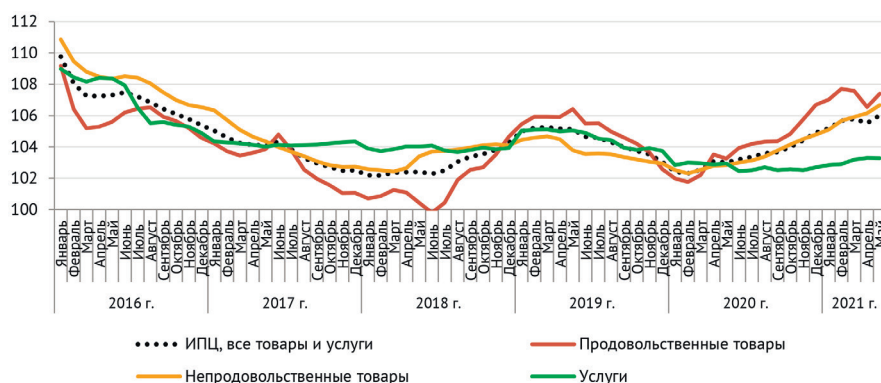


Рис. 2. Совокупный индекс потребительских цен, индексы цен на продукты питания, на непродовольственные товары и услуги, % к аналогичному месяцу предыдущего года

Источник: данные Росстата.

рост потребительского спроса относительно апреля 2020 г. и его восстановление до уровня апреля 2019 г., спрос населения на платные услуги пока еще отстает от значений двухлетней давности.

Потребительская инфляция в 2020 г. держалась вблизи целевого ориентира ЦБ РФ – 4% в год, и по итогам пандемийного года составила 4,9% годовых. Однако в мае 2021 г. наблюдается рост цен до 6%<sup>1</sup> годовых после 5,5% годовых в апреле 2021 г. (рис. 2). Цены на продовольственные товары в мае 2021 г. выросли на 7,4%, на непродовольственные товары – на 6,7%, на услуги – на 3,3% относительно аналогичного месяца предыдущего года.

Регулярные еженедельные опросы населения<sup>2</sup> показывают, что в начале июня 2021 г. значительное число потребителей фиксирует заметный

1 Индексы потребительских цен на товары и услуги. Росстат / ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31074>

2 Динамика цен. Опрос ФОМнибус, 4–6 июня 2021 г., 3000 респондентов / ФОМ. URL: <https://fom.ru/ekonomika/11554>; Измерение инфляционных ожиданий и потребительских

## 2. Потребление товаров и услуг: второй год пандемийных ограничений

рост цен за последний месяц на яйца (51% респондентов, в апреле было чуть выше – 57%), на мясо и птицу (46% респондентов, держится на таком уровне с марта), на сахар (44% респондентов, стабильный уровень с марта), растительное масло (43%, в начале года составлял 46–48%), молоко (38%), рыбу (37%), хлеб (33%), плодоовощную продукцию (30%), крупу и макароны (30%).

Среди непродовольственных товаров респонденты чаще всего отмечают подорожание медикаментов (37%), бензина (39%), строительных материалов (28%), одежды (26%). Дорожают, с точки зрения опрошенных, ЖКУ (30%) и медицинские услуги (23%). Динамика перечисленных индикаторов в основном стабильна, небольшим ростом в последнее время отличаются медицинские услуги, одежда и обувь, строительные материалы.

В целом восприятие населением роста цен изменилось в худшую сторону: если перед пандемией о значительном за прошедший месяц росте цен говорили 27–29% (октябрь 2019 г. – март 2020 г.), то после первой волны в августе-октябре 2020 г. таких было 33–34%, а в марте-мае 2021 г. 55–58% опрошенных отмечают значительный за последний месяц рост цен на продукты питания, непродовольственные товары и услуги.

Опросы населения фиксировали рост медианного значения прямой оценки годовой инфляции с 8,3% в марте 2020 г. до 9,2–9,4% годовых в августе-сентябре 2020 г., а затем до 12% годовых в декабре 2020 г. В апреле-мае 2021 г. прямая оценка годовой инфляции составила 14,5–14,8% годовых, что значительно выше «доковидных» значений. Ожидаемая инфляция на текущий момент, по мнению респондентов, составляет 11,3–11,9% годовых, что также существенно выше, чем до пандемии (7,9% в феврале-марте 2020 г.).

О том, что им приходится экономить, говорят 73–77% опрошенных, и данный показатель не изменился с февраля 2019 г. Стали больше экономить, чем раньше, 39% опрошенных в мае 2021 г., и по сравнению с началом года здесь также изменений не произошло. Основные статьи экономии: отдых и поездки по России или за границу (35% опрошенных), одежда, обувь (33%), питание (27%), досуг (25%), ремонт (25%).

Пандемия вынудила часть домашних хозяйств изменить свое экономическое поведение: 12% семей в мае 2021 г. говорят о том, что из-за пандемии отложили крупные траты (дорогостоящие покупки, ремонт, отдых) и до сих пор их не осуществили; 6% семей в начале пандемии отложили такого рода расходы, но потом реализовали свои планы; 9% опрошенных не меняли своих планов по крупным расходам из-за пандемии. На основную массу российских домашних хозяйств, 71% опрошенных, пандемия влияния не оказала, так как до пандемии они не планировали никаких крупных расходов.

Изменилось и ежедневное экономическое поведение. Около четверти семей именно в пандемию начали: а) сокращать покупки, отказываться от каких-то приобретений; б) покупать продукты по акциям, скидкам; в) покупать более дешевые товары (примерно по 25% респондентов отметили каждую из трех опций) и продолжают придерживаться этих стратегий до сих пор. Около 40% опрошенных считают, что пандемия никак не повлияла на их экономическое поведение. 