
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК РОССИИ: СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ¹

Смирнов Сергей Николаевич



Доктор экономических наук, заведующий Центром анализа социальных программ и рисков Института социальной политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ); ведущий научный сотрудник Отдела экономики Института научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН РАН)

***Аннотация.** Карантинные меры, введенные в России в I полугодии 2020 г. в связи с пандемией COVID-19, негативно отразились на экономике в целом и ее отдельных секторах. Одним из наиболее пострадавших стал потребительский рынок. В статье дается количественная оценка влияния карантинных мер на отдельные сектора потребительского рынка, анализируются темпы их восстановления в мае – июле 2020 г. после поэтапного смягчения карантинных мер. Отмечается, что дальнейшее развитие ситуации труднопрогнозируемо из-за общей неопределенности ситуации.*

***Ключевые слова:** Россия; потребительский рынок; пандемия COVID-19; личный доход; экономический ущерб; архаика потребления.*

Для цитирования: Смирнов С.Н. Влияние пандемии COVID-19 на потребительский рынок России : статистический анализ // Социальные новации и социальные науки. – 2020. – № 2. – С. 149–159.

URL <https://sns-journal.ru/ru/archive/2-2020/>

DOI: 10.31249/snsn/2020.02.09

¹ Статья содержит результаты исследований, поддержанных грантом РФФИ № 19-011-00943 «Вперед к прошлому: архаика и архаизационные тенденции в современном российском обществе (междисциплинарный анализ)».

Введение

Детальные академические исследования влияния пандемии COVID-19 на изменение потребления населения, безусловно, появятся в будущем, поскольку та ситуация, с которой столкнулось современное человечество, стала первой в новейшей его истории. Первой в том смысле, что жесткие карантинные меры, которые были введены в абсолютном большинстве стран, никогда раньше не применялись. В отличие от пандемии испанского гриппа («испанки»), случившейся в 1918–1920 гг., классический метод изоляции заболевших сочетался с карантинными мерами и самоизоляцией, масштабы которых не имели прецедентов в прошлом.

Россия не стала исключением из общемирового тренда. Судя по данным официальной статистики, благодаря принятым мерам, пик которых пришелся на апрель – май, «первую волну» распространения пандемии COVID-19 в стране удалось сдержать. Если в апреле среднесуточный прирост числа инфицированных в стране составил 3472 человека, а в мае – 9656 человек, то уже в июне даже по мере постепенного ослабления карантинных мер он снизился до 8067 человек, в июле – до 6198 человек, в августе – до 5011 человек. В первые две недели сентября, однако, произошло увеличение среднесуточного числа инфицированных до 5214 человек. Это совпало с прогнозами многих специалистов, утверждавших, что такое увеличение неизбежно из-за увеличения контактов между людьми при отсутствии жесткого карантина. Аналогичная динамика в апреле – июле наблюдалась и в Москве, где карантинные меры были одними из самых жестких (соответствующие приросты составили 1734, 4098, 1360 и 637 человек). Во второй половине июля столица вышла на плато по суточному приросту инфицированных, который составил в августе 679 человек, а в первые две недели сентября – 670 человек [Коронавирус COVID-2019, 2020].

Карантинные меры, ограничившие территориальную мобильность россиян, закрытие практически всех предприятий сферы обслуживания, переход на онлайн-заказы продукции и ее доставку курьерами не могли не сказаться на объемах и структуре потребления населения. Кроме того, на самих объемах потребления отразилась неблагоприятная динамика денежных доходов тех работников, заработная плата которых гарантируется не бюджетом, а зависит от результатов хозяйственной деятельности.

Статистика, по которой можно судить об изменениях в потреблении населения России в период пандемии 2020 г., пока не является исчерпывающей. Прежде всего, ко времени написания статьи не были опубликованы данные Выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств

за II квартал 2020 г. Размещенная же на сайте информация с результатами обследования за I квартал малоинтересна в контексте изучаемой темы. Дело в том, что основные меры по сдерживанию распространения COVID-19 в России были приняты в конце I – начале II квартала, и их реализация не отразилась на потребительском рынке, который развивался по обычной траектории.

Тем не менее даже существующие данные позволяют в режиме экспресс-анализа оценить степень воздействия пандемии на потребление населением России продуктов питания, непродовольственных товаров и бытовых услуг. Основными источниками информации являются издаваемые Росстатом с месячной периодичностью Доклад «Социально-экономическое положение России» и «Информация о социально-экономическом положении России».

Динамика приведенных показателей оказалась вполне предсказуемой, отражающей качественно различные периоды экономической динамики в России в 2020 г. К августу можно было выделить три таких периода: 1) январь – март, когда отечественная экономика развивалась фактически в «штатном режиме»; 2) апрель – май, когда ограничительные меры (самоизоляция населения и прекращение деятельности предприятий и организаций, не являющихся системообразующими) носили наиболее строгий характер; 3) июнь – июль, когда жесткость ограничительных мер стала постепенно смягчаться.

Розничный товарооборот и его структура

В первый из выделенных периодов экономической динамики в России в 2020 г. розничный товарооборот стабильно увеличивался – с 2639,8 млрд руб. в январе до 2917,5 млрд руб. в марте. В результате принятых ограничительных мер потребительский рынок практически одномоментно обвалился. Уже в апреле объем розничного товарооборота сократился на 807,5 млрд руб., или на 27,7% по отношению к предыдущему месяцу. В мае началось его постепенное восстановление. В июле розничный товарооборот составил 2843,2 млрд руб., что практически означало его возврат на уровень мартовского значения. Таким образом, непосредственный эффект пандемии задержал рост потребительского рынка как минимум на четыре месяца.

Экономические последствия такой задержки могут быть оценены, приняв предположение, что при отсутствии пандемии помесечный прирост розничного товарооборота в апреле – июле 2020 г. был бы таким же, как и в 2019 г. (табл. 1).

Таблица 1

**Оценка сокращения розничного товарооборота в России в апреле – июле 2020 г.,
млрд руб.***

Месяц	Розничный товарооборот				
	2020 г.	Изменение к предыдущему месяцу в 2020 г.	Изменение к предыду- щему месяцу в 2019 г.	2020 г. при отсут- ствии пандемии ¹⁾	Сокращение в 2020 г. ²⁾
1	2	3	4	5	6
Март	2917,5	–	–	2917,5	–
Апрель	2110,0	0,723	1,020	2975,9	–865,9
Май	2257,3	1,070	1,019	3033,9	–776,6
Июнь	2623,5	1,162	1,018	3088,5	–465,0
Июль	2843,2	1,084	1,015	3134,8	–291,6
Апрель-июль	9834,0	–	–	12 233,1	–2399,1

¹⁾ Графа 2 (предыдущий месяц) x графа 4 (текущий месяц).

²⁾ Графа 6 – графа 2.

* *Источник.* Составлено и рассчитано автором на основе: [Социально-экономическое положение России ..., 2020].

Таким образом, сокращение размеров потребительского рынка в апреле – июле 2020 г., обусловленное пандемией, оценивается почти в 2,4 трлн руб. После ослабления ограничений началось восстановление розничного товарооборота. Причем, как видно из табл. 1, достаточно высокими темпами. Если в мае он был меньше расчетной величины на 776,6 млрд руб., то в июле – уже на 291,6 млрд руб., или в 2,7 раза меньше.

Изменения в структуре розничного товарооборота оказались вполне предсказуемыми. В условиях самоизоляции и закрытия организаций, торгующих непродовольственными товарами, продажи последних сократились в большей мере, чем продажи продуктов питания. Если во II полугодии розничный товарооборот пищевых продуктов (включая напитки и табачные изделия) сократился на 4,3%, то непродовольственных товаров – на 24,2%, или почти в 6 раз больше. В результате в структуре розничного товарооборота доля последних, составившая в I квартале 51,6%, во II квартале сократилась до 45,8%. Объяснение здесь вполне очевидное: продовольствие жизненно важно для человека в отличие от абсолютного большинства промышленных товаров, покупки которых могли быть отложены на период после окончания пандемии.

Размеры отложенного спроса на непродовольственные товары стали достаточно быстро сокращаться уже начиная с мая. Темпы восстановления этого сегмента розничного рынка оказались существенно выше темпов восстановления рынка продовольствия. Объемы продаж на этих рынках в июле увеличились соответственно на 65,1% и 12,5% по сравнению с апрелем. Если в июле доля продаж непродовольственных товаров на потребительском рынке составила 42,4% (абсолютный минимум в наблюдаемом периоде), то в июле она вновь вышла на докризисный уровень I квартала, составив 51,9%. Это видно и на примере отдельных товарных позиций (табл. 2).

Таблица 2

**Изменение продаж продуктов питания и непродовольственных товаров
в организациях розничной торговли, не относящихся к субъектам малого
предпринимательства в апреле – июле 2020 г. в сопоставимых ценах,
% к предыдущему месяцу**

Товар	Апрель	Май	Июнь	Июль	Июль к марту
<i>Продукты питания</i>					
Сахар	62,2	98,8	125,0	149,9	115,1
Мясо и мясные продукты	94,6	105,5	96,3	104,1	100,1
Хлеб и хлебобулочные изделия	93,8	97,6	98,3	105,6	95,0
Молочные продукты	96,8	99,2	93,8	103,5	93,2
Яйца	110,1	91,4	91,1	99,0	90,8
Свежий картофель	99,3	100,8	88,6	97,9	86,8
Свежие овощи	99,7	106,0	92,8	85,1	83,5
Кондитерские изделия	81,0	103,6	95,4	102,3	81,9
Рыба, ракообразные и моллюски	87,7	95,1	95,2	101,7	80,7
Животные масла и жиры	99,0	91,5	87,2	99,9	78,9
Растительные масла	72,9	95,6	98,4	110,4	75,7
Свежие фрукты	86,0	94,0	93,9	96,2	73,0
Чай	79,6	98,1	93,4	99,1	72,3
Соль	60,7	92,9	99,7	119,4	67,1
Макаронные изделия	55,3	100,2	96,0	108,4	57,7
Мука	81,4	71,8	82,9	100,0	48,5
Крупа	52,5	90,4	95,2	103,8	46,9
<i>Непродовольственные товары первой необходимости</i>					
Обувь	31,3	152,4	250,0	116,2	138,6
Мужская, женская и детская одежда	18,5	191,8	260,0	142,0	131,0
Изделия, применяемые в медицинских целях, ортопедические изделия	66,7	110,8	108,8	112,6	90,5
Лекарственные средства	72,6	92,8	101,3	104,9	71,6
<i>Другие непродовольственные товары</i>					
Строительные материалы	78,6	147,1	114,9	102,1	135,6
Холодильники и морозильники	52,8	120,2	150,3	139,5	133,1
Мебель	43,9	152,5	119,9	150,5	120,8
Бензины автомобильные	80,8	104,4	118,7	116,5	116,7
Мобильные телефоны	62,3	113,7	138,0	112,7	110,2
Газовое моторное топливо	80,4	106,1	100,0	122,4	104,4
Компьютеры	67,3	102,0	128,2	113,9	100,2
Стиральные машины	55,2	120,6	128,7	110,6	94,8
Автомобили легковые	26,9	159,7	182,4	117,2	91,8
Телевизоры	45,1	121,3	131,2	104,5	75,0

* *Источник.* Составлено и рассчитано автором на основе: [Социально-экономическое положение России ..., 2020].

В апреле продажи сократились по всем товарным позициям, за исключением продаж яиц. В мае началось постепенное восстановление большинства товарных рынков, преимущественно рынков непродовольственных товаров. Однако в июле, спустя три месяца после наиболее жесткого по карантинным ограничениям апреля мартовский объем продаж был превышен по 11 из 31 товарной позиции, включенных в таблицу, т.е. менее, чем по 1/3 их общего числа. Тем не менее по сравнению с июнем, когда число таких товарных позиций составило всего три, прогресс в восстановлении потребительского рынка страны очевиден.

Обращает на себя внимание высокий рост в июне и отчасти в июле продаж одежды и обуви, которые были не столь востребованы во время самоизоляции, а также легковых автомобилей, продажи которых в апреле сократились практически в 4 раза. В июле быстро увеличивались продажи сахара и соли, что, по-видимому, объясняется началом периода домашних заготовок, масштабы которых растут в условиях многочисленных рисков, связанных с пандемией COVID-19.

Рынок платных услуг

Значительно сильнее карантинные меры, обусловленные пандемией, сказались на рынке платных услуг населению. В I квартале 2020 г. их объем практически не изменился по отношению к тому же периоду 2019 г., составив 98,7%. А во II квартале объем рынка сократился до 62,8% соответственно. Его восстановление началось только в июне, т.е. позже рынков продовольственных и непродовольственных товаров. Объем данного рынка в июне 2020 г. составил 65,5% от уровня того же периода 2019 г. (соответствующие показатели в апреле и мае равнялись 61,8% и 65,5%). Сокращение рынка платных услуг заметно различалось по отдельным их видам. Это объясняется новыми моделями повседневной жизни населения, изменяющими структуру спроса на платные услуги, а также особенностями карантинных мер (табл 3).

Таблица 3

Изменение структуры платных услуг населению*

Платная услуга	Объем услуг в январе – июле, млрд руб.		2020 г. к 2019 г., %	Доля в общем объеме платных услуг в январе – июле, %		Изменение доли, п. п.
	2020 г.	2019 г.		2020 г.	2019 г.	
Всего, в том числе:	666,5	843,7	79,0	100	100	–
– коммунальные	140,6	144,1	97,6	21,1	17,1	4,0
– телекоммуникационные	115,0	116,0	99,1	17,3	13,7	3,5
– жилищные	61,5	60,7	101,3	9,2	7,2	2,0
– медицинские	57,1	59,2	96,5	8,6	7,0	1,6
– системы образования	32,0	42,9	74,6	4,8	5,1	–0,3
– бытовые	80,3	88,1	91,1	12,0	10,4	1,6
– почтовой связи, курьерские	4,6	4,0	115,0	0,7	0,5	0,2
– услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	2,3	2,3	100,0	0,3	0,3	0,1
– ветеринарные	1,7	1,7	100,0	0,3	0,2	0,1
– физической культуры и спорта	3,1	6,1	50,8	0,5	0,7	–0,3
– культуры	4,4	13,8	31,9	0,7	1,6	–1,0
– специализированных коллективных средств размещения	10,1	20,8	48,6	1,5	2,5	–0,9
– гостиниц и аналогичных средств размещения	15,1	24,0	62,9	2,3	2,8	–0,6
– туристские	5,9	20,4	28,9	0,9	2,4	–1,5
– транспортные	100,2	200,1	50,1	15,0	23,7	–8,7
– прочие виды платных услуг	32,6	39,5	82,5	4,9	4,7	0,2

* Источник. Составлено и рассчитано автором на основе: [Социально-экономическое положение России ..., 2020].

Вполне ожидаемо, что в структуре платных услуг заметно повысились доли коммунальных, жилищных и телекоммуникационных услуг, а также медицинских. Однако причины роста их долей различны. Первые два вида услуг являлись обязательными к оплате (их стоимость во время карантинных мероприятий не снижалась), и поэтому рост их доли произошел за счет сокращения рынка других платных услуг. Увеличение доли телекоммуникационных услуг носило системный характер, отражая новые реалии жизни (онлайн-коммуницирование в условиях дистанционной работы). В условиях сокращения рынка медицинских услуг логичным является рост их доли, поскольку для многих людей финансирование своего лечения является жизненно необходимым

Вместе с тем сужение спроса на услуги инфраструктуры туризма и культуры привело к резкому сокращению объемов платных услуг на соответствующих рынках.

В составе бытовых услуг обращает на себя внимание рост в июле 2020 г. по сравнению с июлем 2019 г. услуг предприятий по прокату, включая каршеринг (на 74%), и – в условиях роста смертности – ритуальных услуг (на 0,4%). Рынок всех других бытовых услуг, мониторинг которых ведется Росстатом, сократился. Наиболее значительно уменьшились услуги бань и душевых (на 47,4%), а также химической чистки и крашения, услуги прачечных (на 37,5%). Тем не менее рынок бытовых услуг после снятия жестких карантинных мер также стал постепенно восстанавливаться. Например, если услуги парикмахерских в июне сократились по сравнению с июнем 2019 г. на 44%, то в июле по сравнению с июлем 2019 г. – уже на 23,2%.

Рестораны, кафе, бары

Закрытие предприятий общественного питания и сохранение возможности работать только навынос существенно снизило их оборот. Если в марте он составил 126,1 млрд руб. (96,7% к марту 2019 г.), то в апреле – всего 64 млрд руб. (48,1% к апрелю 2019 г.), или почти в 2 раза меньше. Достаточно позднее и неполное снятие ограничений обусловило начало восстановления рынка только с июня, когда оборот увеличился до 79,2 млрд руб., составив 57,1% его июньской величины в 2019 г. В июле ситуация заметно улучшилась: оборот предприятий общественного питания по отношению к июлю 2019 г. составил 71,8%.

Результаты расчетов экономических потерь общественного питания, связанных с пандемией, проведенных по алгоритму, который был предложен ранее для расчета уменьшения розничного товарооборота (табл. 1) приведены в табл. 4.

Общие потери оборота ресторанов, кафе и баров в апреле – июле составили 217,6 млрд руб., что в 11 раз меньше сокращения розничного товарооборота. Однако для общественного питания это относительно более значимая величина (половина фактического оборота по сравнению с менее чем 1/4 в случае с розничным товарооборотом).

Таблица 4

**Оценка сокращения оборота предприятий общественного питания
в Российской Федерации в апреле – июле 2020 г., млрд руб.***

Месяц	Розничный товарооборот				
	2020 г.	Изменение к предыдущему месяцу в 2020 г.	Изменение к предыдущему месяцу в 2019 г.	2020 г. при отсут- ствии пандемии ¹⁾	Сокращение в 2020 г. ²⁾
1	2	3	4	5	6
Март	126,1	–	–	126,1	–
Апрель	64,0	0,506	1,017	128,2	–64,2
Май	65,1	1,015	1,021	130,9	–65,8
Июнь	79,2	1,216	1,018	133,3	–54,1
Июль	100,8	1,270	1,008	134,3	
Апрель – июль	435,2	–	–	652,8	–217,6

¹⁾ Графа 2 (предыдущий месяц) x графа 4 (текущий месяц).

²⁾ Графа 6 – графа 2.

* *Источник.* Составлено и рассчитано автором на основе: [Социально-экономическое положение России ..., 2020].

Доходы населения как фактор влияния на потребительский спрос

Помимо карантинных мер для населения и прекращения в период пандемии деятельности многих организаций, на величину спроса на рынке очевидно повлияло изменение денежных доходов населения. В I полугодии, согласно предварительной оценке Росстата, их реальная величина сократились на 3,7% по сравнению с тем же периодом 2019 г. При этом, однако, важно иметь в виду, что сокращение доходов произошло не у всего населения. Работники предприятий, финансируемых из бюджета, по-прежнему продолжали стабильно получать заработную плату. По данным Росстата, на 1 августа 2020 г. просроченная задолженность по заработной плате из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджетов всех уровней имела только в пяти из 85 субъектов Российской Федерации. Она составила 6,8 млн руб. (из них по зарплатам, финансируемым из бюджетов субъектов Российской Федерации, 6 млн руб., а из местных бюджетов – 0,8 млн руб.), или всего 0,3% общей величины задолженности, составившей 2,17 млрд руб. Резкое же падение доходов произошло у занятых в сфере бытовых услуг, общественном питании, коллективных средствах размещения. Оно сказалось как на наемных работниках, так и на индивидуальных предпринимателях и самозанятых.

Тренд постепенного роста заработной платы в 2020 г. ожидаемо был прерван в апреле, когда ее реальная величина сократилась на 3,5% по сравнению с мартом. Начавшееся ее увеличение в мае (на 2,7%) и продолжившееся в июне (на 2,6%) компенсировало апрельский спад. В июне она превысила свое мартовское значение на 1,7%. Номинальная заработная плата в июне оказалась на 3,8% больше, чем годом ранее. Однако при этом ожидаемо резко сократилась зарплата в таких видах экономической деятельности, как гостиницы и предприятия общественного питания, в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений, а также в образовании (соответственно на 15%, 7,8 и 6,7%).

Принципиально не сократились доходы одиноко проживающих пенсионеров: пандемия на них не повлияла. Реальный размер назначенных пенсий в каждый из первых шести месяцев превышал таковой в те же месяцы 2019 г. на 2,8% (апрель) – 3,3% (февраль). Снижение их размера по отношению к предыдущему месяцу (на 0,2% в феврале, 0,4 – в марте, 0,6 – в апреле, 0,1% в мае и июне) было обусловлено значениями показателей, учитываемых при назначении пенсий у контингентов граждан, обратившихся в этот период в отделения ПФР, а не снижением размеров ранее назначенных пенсий.

В целом, однако, общая величина денежных доходов населения России в период действия наиболее строгих ограничительных мер сократилась относительно того же периода 2019 г. Если в I квартале они сложились в сумме 13 932,6 млрд руб. (на 4,6% больше, чем в I квартале 2019 г.), то во II квартале – 14 464 млрд руб. (соответственно на 4,8% меньше). За I полугодие общая величина полученных населением страны доходов составила 28 396,6 млрд руб., что было меньше, чем в I полугодии 2019 г. на 0,4%, т.е. разрыв по мере снятия ограничений стал постепенно сокращаться.

Важно, что реализованные Правительством России меры социальной поддержки тех групп населения, которые в период карантинных мер оказались под наибольшими рисками сокращения доходов, дали определенный положительный эффект, который может быть описан количественно. Во II полугодии индекс концентрации доходов (коэффициент Джини) составил 0,390, снизившись по сравнению со II кварталом 2019 г. на 0,007. Доля населения с наиболее высокими среднедушевыми денежными доходами (более 75 тыс. руб. в месяц) сократилась с 6,5% до 6,3%, равно как и доля наименее обеспеченных (до 14 тыс. руб. в месяц) – с 22% до 21,1%.

Заккрытие многих организаций в сфере торговли и бытовых услуг, снизившее объем предложения на рынке, привело к резкому росту доли сбережений в структуре использования денежных доходов населения. Во II квартале их прирост составил 16,9% (в I полугодии в целом – 7,6%), в то время как в соответствующие периоды 2019 г. – соответственно 4,3% и 1,6%. Сведение причин возникновения этого феномена только к стремлению россиян создать финансовые резервы в условиях экономической неопределенности не находит своего статистического подтверждения в условиях уже упомянутого снижения денежных доходов населения во II квартале. Во II квартале на покупку товаров и услуг население страны использовало 68,5% денежных доходов, что оказалось на 12,2 п.п. меньше, чем во II квартале 2019 г. Важно и то, что не произошло существенной реструктуризации денежных сбережений населения. Так, в июле доля в них остатков вкладов составила 72,1%, а остатков наличных денег – 27,9%, в то время как годом ранее – соответственно 73,4 и 26,6%.

Согласно данным Росстата, потребительские цены в июле по сравнению с июлем 2019 г. увеличились на 3,4%. Причем этот рост заметно варьировал по отдельным товарам, включая про-

дукты питания. Соответственно, покупательная способность среднедушевых денежных доходов населения по ним могла как повыситься, так и уменьшиться. С этим связано часто высказываемое в социальных сетях и прямых эфирах телеканалов, прежде всего Общественного российского телевидения (ОРТ), недоверие к официальным показателям инфляции.

Важно, что рост цен на продовольствие, потребляемое населением ежедневно, оказался в целом выше роста цен на непродовольственные товары и на услуги, которые относятся к жизненно важным, но не требуют ежедневных закупок. В июле они оказались выше по сравнению с декабрем 2019 г. на 4,3%, в то время как на непродовольственные товары – всего на 2,1%, а на услуги – на 2,4%.

Из 24 основных продуктов питания (в терминологии Росстата) покупательная способность среднедушевых денежных доходов снизилась для 16, или 2/3 от их общего числа. При этом снижение по 12 продуктам оказалось больше индекса потребительских цен. Так, среднестатистический россиянин в июле мог купить меньше, чем годом ранее круп (на 13,9%), яблок (на 13,6%), риса (на 10,6%), сливочного масла (на 9%), вермишели (на 7,1%), ржаного хлеба (на 6,4%), пшеничной муки (на 6,2%), баранины (на 5,8%), мороженой рыбы (на 5,6%), молока (на 5,2%), говядины (на 5,1%). Вместе с тем выросла покупательная способность среднедушевых денежных доходов россиян для остальных восьми продуктов питания. Наиболее значительно – на свежую белокочанную капусту (на 72,3%), сахар-песок (на 33,3%) и морковь (на 19%).

Рост цен на все виды непродовольственных товаров июле по отношению к декабрю 2019 г. был меньше инфляции. Исключениями стали табачные изделия, моющие и чистящие средства, а также электротовары и другие бытовые приборы, цены на которые повысились соответственно на 4,9%, 3,6 и 3,6%. На рынке платных услуг населению повышение цен оказалось выше инфляции только по таким позициям, как санаторно-оздоровительные услуги (на 13,2%) и услуги связи (на 4,5%).

Заключение

Проведенный статистический экспресс-анализ влияния пандемии на потребительский рынок России позволил сделать несколько выводов, которые могут оказаться полезными при принятии управленческих решений в ходе дальнейшего развития ситуации с COVID-19.

Во-первых, развитие ситуации на потребительском рынке России оказалось вполне предсказуемым: резкое падение продаж в условиях жестких карантинных мер сменилось по мере их ослабления постепенным восстановлением. Скорость восстановления различалась по отдельным товарам и услугам, однако в целом можно констатировать, что объемы продаж практически всех товаров и оказанных услуг не восстановились.

Во-вторых, структура потребления населения в период наиболее жестких карантинных ограничений в определенной степени архаизировалась и свелась к удовлетворению жизненно важных запросов (питание и гигиена).

В-третьих, снижение доходов населения пока не оказало серьезного влияния на динамику потребительского рынка. Падение объемов продаж во многих случаях значительно превышало сокращение доходов. Это проявилось в первую очередь в отношении рынков непродовольственных товаров и платных услуг населению. Таким образом, сжатие рынков в первой половине 2020 г. происходило в основном за счет предложения, а не спроса.

В-четвертых, количественная оценка последствий введения карантинных мер в условиях пандемии COVID-19 для потребительского рынка дает возможность более тонкой их настройки в будущем. Такая настройка позволит устанавливать их на основе принципа «разумной достаточности», следование которому позволит минимизировать риски как для населения, так и для экономики.

Список литературы

1. Коронавирус COVID-19 // Mail.ru. Новости. – 2020. – URL: <https://news.mail.ru/story/incident/coronavirus/> (дата обращения: 14.09.2020).
2. Социально-экономическое положение России : Доклад / Федеральная служба государственной статистики. – 2020. – URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b20_01/Main.htm (дата обращения: 14.09.2020).
3. Информация о социально-экономическом положении России / Федеральная служба государственной статистики. – 2020. – URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B20_00/Main.htm (дата обращения: 14.09.2020).