



Банк России



ФЕВРАЛЬ 2023

ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ СПРОСА КАК ПРОИНФЛЯЦИОННЫЙ ФАКТОР

Аналитическая записка

Б. Рабинович

Материал подготовлен Департаментом исследований и прогнозирования.

Содержание настоящей аналитической записки отражает личную позицию авторов. Результаты анализа являются предварительными и публикуются с целью стимулировать обсуждение и получить комментарии для возможной дальнейшей доработки материала. Содержание и результаты анализа не следует рассматривать, в том числе цитировать в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решения регулятора. Любые ошибки в данном материале являются исключительно авторскими.

Все права защищены. Воспроизведение представленных материалов допускается только с разрешения авторов.

Фото на обложке: Shutterstock/FOTODOM

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12
Тел.: +7 499 300-30-00, +7 495 621-64-65 (факс)
Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru
© Центральный банк Российской Федерации, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1.1. ИЗМЕНЕНИЕ ВНЕШНИХ УСЛОВИЙ ПРИВЕЛО К ПЕРЕХОДУ К СБЕРЕГАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	5
1.2. РАСХОЖДЕНИЕ ДИНАМИКИ ДОХОДОВ И СПРОСА	6
1.3. СТРУКТУРНЫЙ СДВИГ В ПОТРЕБЛЕНИИ – РЕЗУЛЬТАТ ДЕЙСТВИЯ ФАКТОРОВ НА СТОРОНЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ	8
В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ СЕГМЕНТЕ И СФЕРЕ УСЛУГ СУЖЕНИЯ РЫНКА НЕ ПРОИЗОШЛО	8
В НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ СЕГМЕНТЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИМ СТАЛО СЖАТИЕ АССОРТИМЕНТА...	9
... А НЕ ЗАКУПКИ ВПРОК В НАЧАЛЕ ГОДА	11
1.4. ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ СПРОСА В СЕГМЕНТ УСЛУГ МОЖЕТ УСИЛИТЬ ПРОИНФЛЯЦИОННОЕ ДАВЛЕНИЕ	13

ВВЕДЕНИЕ

Резкие изменения внешних условий в 2022 г. отразились на поведении российского потребителя. Часть поведенческих изменений, связанных с усилением сберегательной активности на фоне нарастания неопределенности, может носить временный характер. Другие, отражающие трансформационные процессы, которые происходят в российской экономике, и связанные с долгосрочными изменениями структуры предложения, могут оказаться более устойчивыми.

В настоящей работе рассматривается влияние возникших в 2022 г. изменений внешних условий на структуру потребления российских домохозяйств. Также анализируется, как переход к функционированию экономики в новых условиях может усилить инфляционное давление в различных сегментах розничного рынка.

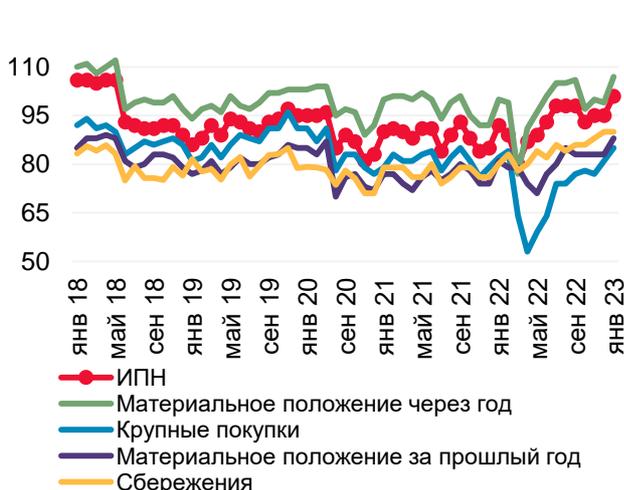
Основной вывод из проведенного анализа заключается в том, что определяющим как для объема, так и для структуры потребления домохозяйств в 2022 г. оказалось действие факторов на стороне предложения. Значительное сужение товарного ассортимента произошло в категориях, где наблюдался уход поставщиков и ретейлеров из недружественных стран и сформировалась нехватка товаров привычных брендов. Влияние снижения доходов и потребительских настроений, как и закупок впрок в начале года, было ограниченным.

В таких условиях изменение структуры спроса даже при стабильном уровне доходов способно создать дополнительное инфляционное давление. Оно может возникнуть как за счет длительности процесса переориентации на новых поставщиков и адаптации потребителей к новым брендам, так и за счет переключения спроса на другие сегменты (прежде всего услуги).

1.1. ИЗМЕНЕНИЕ ВНЕШНИХ УСЛОВИЙ ПРИВЕЛО К ПЕРЕХОДУ К СБЕРЕГАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

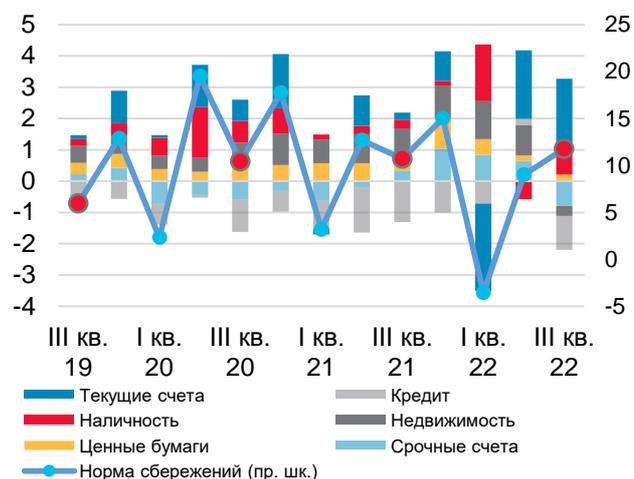
События конца февраля 2022 г. и последовавшее за этим изменение внешних условий функционирования российской экономики развернули начавшийся в середине 2021 г. процесс переключения домохозяйств со сберегательной модели, закрепившейся в период активной фазы пандемии, на потребительскую (Рис. 1, Рис. 2). После краткосрочного эпизода ажиотажных закупок на фоне роста неопределенности и ослабления рубля в конце I квартала 2022 г. уже к II кварталу фокус домохозяйств сменился на ускоренное формирование накоплений, сокращение повседневных необязательных расходов и экономию.

Рис. 1. Индексы потребительских и финансовых настроений населения (пункты)



Источник: инфОМ.

Рис. 2. Изменение нормы сбережений (%) и динамика основных компонентов сбережений (трлн руб.)



Источники: Банк России, Росстат, расчеты ДИП.

Так, по данным августовских опросов Nielsen, для 73% потребителей низкие цены были главным критерием выбора магазина, а статистика торговых сетей и онлайн-ритейлеров отражала всплеск популярности скидков и промоакций до уровней выше докризисных (52% – в офлайн-ритейлерах и 80% – в онлайн). За год удвоился спрос на продукцию собственных торговых марок розничных сетей и усилилась восприимчивость населения к программам лояльности¹. В II квартале 2022 г. темпы роста продаж в дискант-форматах опережали аналогичные в сегменте супермаркетов как за счет более высокого среднего чека, так и за счет миграции трафика из более дорогих форматов².

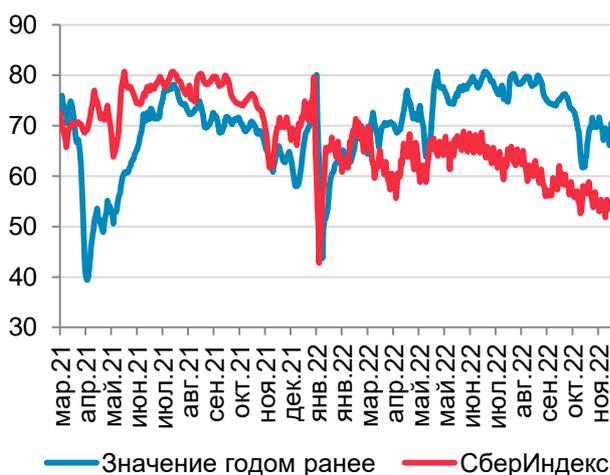
Уровень потребительской активности, измеряемый индексами Сбера и «Тинькофф», снизившись в апреле, вплоть до IV квартала удерживался на уровнях существенно ниже прошлогодних (Рис. 3, Рис. 4). Подобная динамика прежде всего отражала

¹ Подавляющая часть взрослого населения является владельцами карт лояльности ритейлеров.

² По данным отчетности за II квартал 2022 г. крупнейших в стране розничных сетей X5 и «Магнит» фронтальное падение числа покупателей в супермаркетах сопровождалось ростом трафика в дискаунтерах.

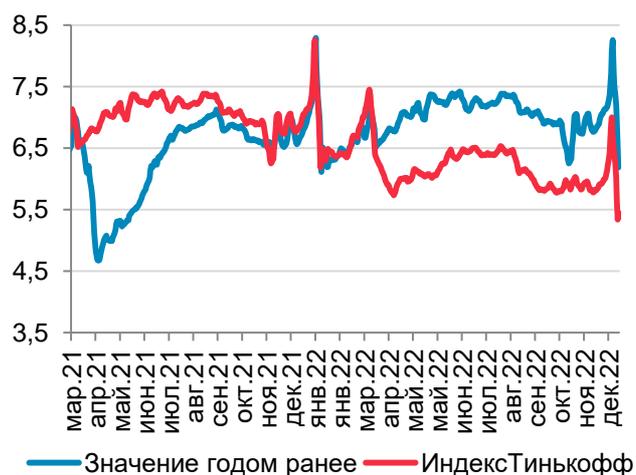
сокращение числа посещаемых торговых точек, сужение ассортимента покупаемых товаров и услуг, а также повышение концентрации трат в отдельных категориях. Подтверждали эти тенденции и [индексы посещаемости торговых центров](#), которые опустились до минимумов за последние четыре года [на фоне закрытия магазинов популярных марок](#), ранее выступавших главными генераторами трафика. [Участники рынка](#) не ожидали восстановления посещаемости даже в традиционно активный предновогодний декабрьский период.

Рис. 3. Индекс потребительской активности (пункты)



Источник: СберИндекс.

Рис. 4. Индекс деловой и потребительской активности (пункты)



Источник: «Тинькофф».

1.2. РАСХОЖДЕНИЕ ДИНАМИКИ ДОХОДОВ И СПРОСА

Если в II квартале 2022 г. сдержанная динамика потребительской активности могла объясняться переходом реальных зарплат и пенсий к снижению, то в III квартале трудовые доходы домохозяйств начали восстанавливаться. Стали расти реальные зарплаты на фоне сохранения уровня безработицы на исторических минимумах, были дополнительно проиндексированы пенсии³ (Рис. 6). Это способствовало улучшению потребительских настроений (Рис. 1) и возобновлению роста розничного кредитования. Однако объемы потребления, частично восстановившись к началу III квартала, в дальнейшем стали расходиться с динамикой трудовых доходов (Рис. 5).

³ Трудовые доходы и социальные трансферты – основные источники доходов населения.

Рис. 5. Динамика среднемесячной зарплаты и розничного оборота, индекс январь 2019 = 100



Источники: Росстат, СберИндекс, расчеты ДИП.

Рис. 6. Динамика реальных располагаемых доходов, зарплат и пенсий, % г/г



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

При этом наметились значительные изменения в структуре расходов населения. Они все больше смещались от потребления непродовольственных товаров к услугам. Так, к сентябрю доля расходов на услуги вернулась на допандемийный уровень 2019 г., а с учетом трат на общественное питание уже в августе превысила его (Рис. 7). Доля трат на продукты питания оставалась повышенной, однако к сентябрю нормализовалась вблизи средних уровней последнего десятилетия (Рис. 8). На этом фоне доля расходов на непродовольственные товары после ажиотажных трат в феврале – марте 2022 г. держится на самых низких с 2000 г. уровнях⁴.

Рис. 7. Изменение доли расходов на категорию по отношению к соответствующему месяцу 2019 г. (п.п.*)



*За 100% берется сумма оборота розничной торговли, сегмента платных услуг и общепита.

Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 8. Доля расходов на продовольственные и непродовольственные товары в общих расходах (%*)



*За 100% берется сумма оборота розничной торговли, сегмента платных услуг и общепита.

Источники: Росстат, расчеты ДИП.

⁴ За исключением периода локдауна апреля – мая 2020 г., когда большинство объектов непродовольственной розницы была закрыта.

1.3. СТРУКТУРНЫЙ СДВИГ В ПОТРЕБЛЕНИИ – РЕЗУЛЬТАТ ДЕЙСТВИЯ ФАКТОРОВ НА СТОРОНЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Что послужило основной причиной подобного структурного сдвига, насколько устойчиво смещение потребления в пользу сектора услуг и какие последствия оно может иметь для инфляции?

Мы приходим к выводу, что определяющими в изменении поведения домохозяйств были факторы на стороне предложения непродовольственных товаров, а именно: сужение ассортимента товаров привычных брендов на внутреннем рынке. Поскольку адаптация российской экономики к новым условиям займет какое-то время, влияние этого фактора сохранится и в среднесрочной перспективе, пока не будет обеспечена расшивка узких мест в логистических цепочках и не произойдет перелом устоявшихся привычек потребителей, сопряженный со знакомством и переключением на новые бренды и новых производителей. В этот период в сфере услуг и общепита, ставшей бенефициаром переключения потребительского спроса, а также в отдельных сегментах непродовольственной розницы⁵ может сохраняться повышенное инфляционное давление.

В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ СЕГМЕНТЕ И СФЕРЕ УСЛУГ СУЖЕНИЯ РЫНКА НЕ ПРОИЗОШЛО

В продовольственном сегменте ограничения на стороне предложения не так значительны, поскольку, во-первых, санкции не затронули большинство категорий; во-вторых, доля импорта в обороте продовольственной розницы была существенно ниже, чем в непродовольственной⁶; и, в-третьих, во внешних поставках продовольствия (овощи, фрукты) высока доля партнеров из дружественных стран. К тому же по многим продовольственным товарам длительного хранения, которые ранее импортировались или производились в России международными брендами, свернувшими свою деятельность, были созданы значительные товарные запасы. В результате расходы домохозяйств в реальном выражении на продукты питания за 11 месяцев 2022 г. превысили соответствующий уровень докризисного 2019 г. (Рис. 9, Рис. 10).

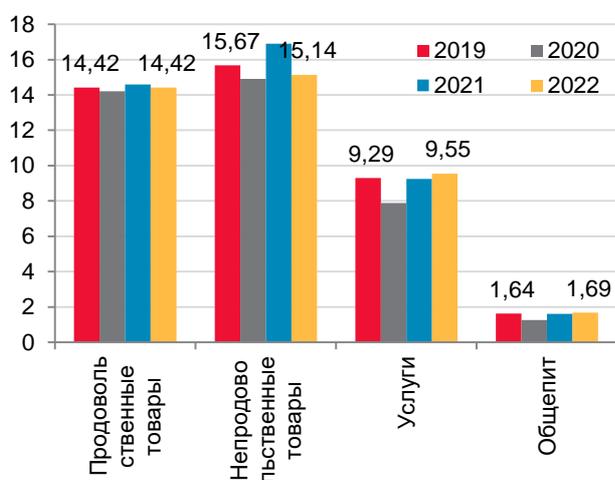
В сфере услуг снизившаяся доступность зарубежного отдыха и уход иностранных игроков с российского ресторанного рынка достаточно успешно были компенсированы усилиями отечественного бизнеса по привлечению и удержанию клиентов внутри страны⁷. Это также позволило по итогам января – ноября 2022 г. превысить уровень потребления 2019 г. в сегменте платных услуг и общепита (Рис. 9, Рис. 10).

⁵ Тех, которых в большей степени коснулись санкционные и логистические ограничения и для которых характерен низкий уровень импортозамещения (автомобили, высокотехнологичные товары, компьютерная и бытовая техника).

⁶ [По оценкам Росстата, 25% против 40% на IV квартал 2021 года.](#)

⁷ Оперативное открытие точек покинувших страну операторов общепита (McDonalds, Starbucks) после перехода прав собственности к российским акционерам и интенсивное развитие альтернативных направле-

Рис. 9. Расходы по итогам 11 месяцев года в реальном выражении (трлн руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 10. Динамика оборота розничной торговли и потребительских услуг, индекс январь 2019 = 100, SA



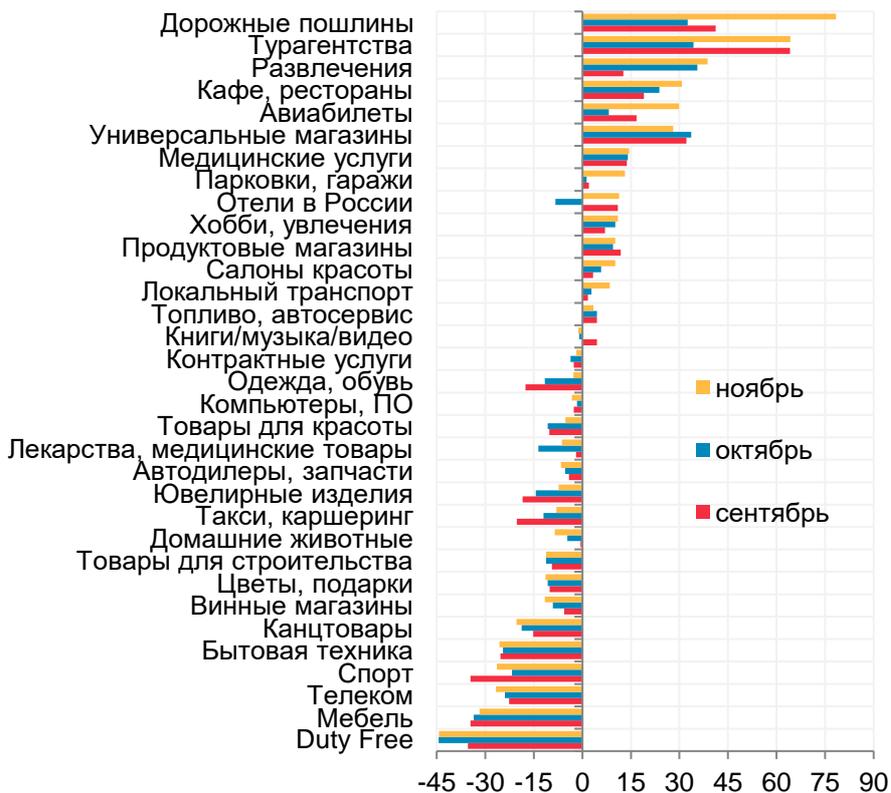
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

В НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ СЕКТОРЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИМ СТАЛО СЖАТИЕ АССОРТИМЕНТА...

В непродовольственном секторе сложилась иная ситуация. По широкому набору позиций уровни потребления до сих пор сохраняют двузначные темпы отставания от уровней прошлого года. Наиболее характерное падение трат наблюдается в категориях одежды, спорта, мебели, а также телекоммуникационного оборудования и бытовой техники. Это те ниши, где были широко представлены ретейлеры/поставщики из недружественных стран, которые ушли с российского рынка или временно приостановили свою деятельность. Значительное сжатие ассортимента предлагаемых товаров и количественные ограничения предложения наблюдаются в сегменте легковых автомобилей. Номинальные расходы ни на одну из товарных категорий (за исключением книг/музыки/видео, которые скорее можно отнести к услугам, а не к товарам длительного пользования) не превышали прошлогодний уровень (Рис. 11).

ний для отдыха внутри страны за счет оптимизации полетной карты авиаперевозчиков и активного вовлечения среднего и малого бизнеса в индустрию туризма (Калининград, Дальний Восток, Алтай) позволили обеспечить двузначные темпы роста расходов в сегментах туризма, общепита, авиабилетов и развлечений.

Рис. 11. Рост номинальных расходов по категориям в сентябре – ноябре, % г/г



Источник: СберИндекс.

Опросные показатели также подтверждают, что наиболее ощутимое сокращение ассортимента наблюдалось потребителями в категориях непродовольственной розницы, преимущественно в сегменте товаров длительного пользования. В сфере платных услуг сужение предложения коснулось лишь сегмента телекоммуникационных услуг за счет изъятия весомой доли зарубежного контента с российских площадок (Рис. 12, Рис. 13). Далее будет показано, что среди всех расходов населения на услуги сокращение наблюдалось только в этой категории (Рис. 28).

Рис. 12. Как изменился ассортимент марок в указанных категориях?



Источник: OMD OM Group.

Рис. 13. Как изменился ассортимент марок/контента в указанных категориях?

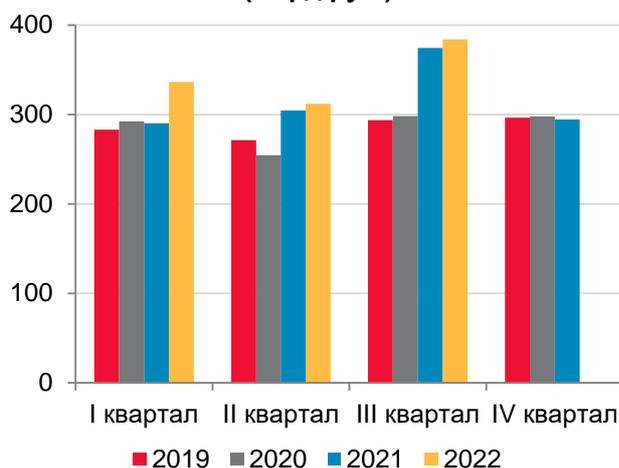


Источник: OMD OM Group.

... А НЕ ЗАКУПКИ ВПРОК В НАЧАЛЕ ГОДА

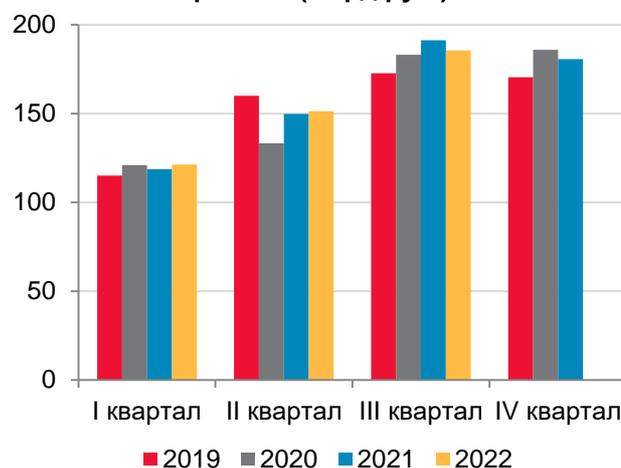
Частично сдержанный объем расходов на товары в III квартале может быть следствием масштабных закупок впрок, осуществленных в I–II кварталах, однако, как мы покажем далее, влияние этого фактора было незначительным. Для оценки избыточного потребления населением разных товаров в I–III кварталах мы использовали [данные Росстата](#) по розничной продаже товаров в фактических ценах всех категорий хозяйствующих субъектов. Затем, применяя соответствующие дефляторы цен, мы рассчитали реальный уровень потребления в ценах I квартала 2019 года. Оказалось, что избыточные покупки в первом полугодии совершались для малого числа категорий, на которые суммарно приходится лишь пятая часть непродовольственной корзины домохозяйств (Рис. 14, Рис. 17).

Рис. 14. Объем розничных продаж лекарств (млрд руб.)



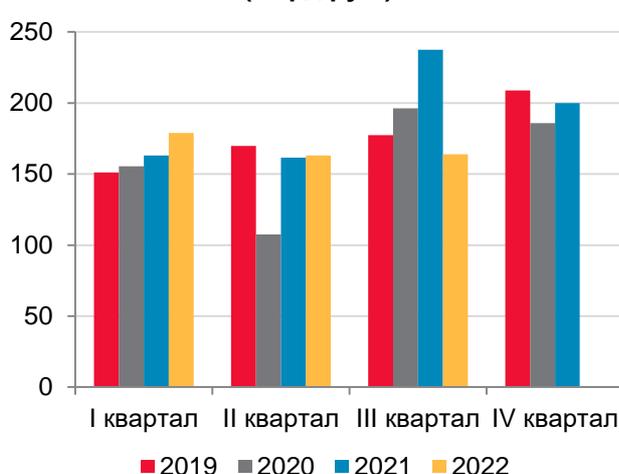
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 15. Объем розничных продаж стройматериалов (млрд руб.)



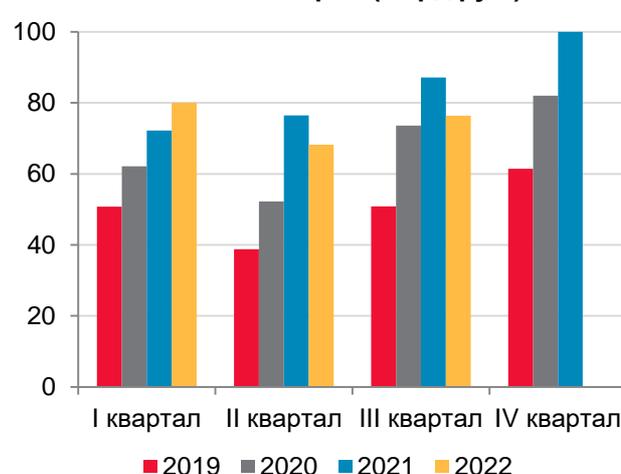
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 16. Объем розничных продаж обуви (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

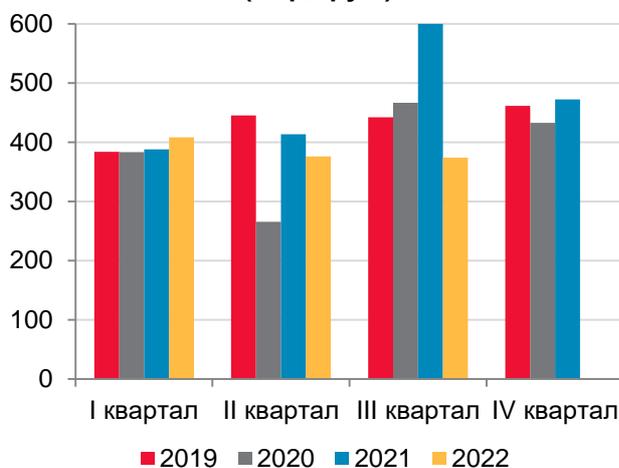
Рис. 17. Объем розничных продаж персональных компьютеров (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

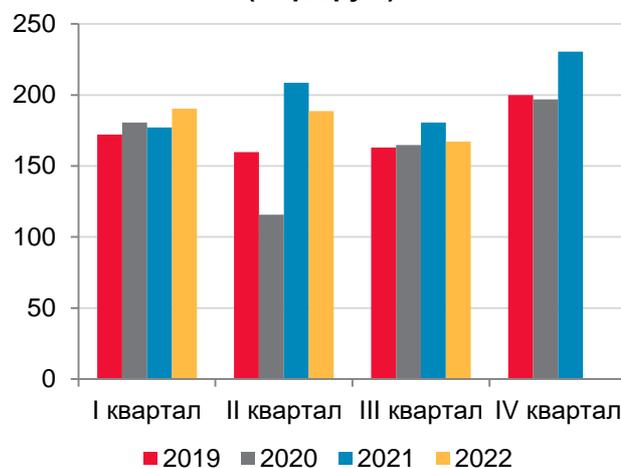
По остальным категориям товаров – автомобили, бытовая техника, одежда, мебель – ажиотажные закупки I квартала были компенсированы сокращением потребления уже в II квартале (Рис. 18, Рис. 23). Причем именно в этих категориях наблюдался массовый уход иностранных производителей с российского рынка. Чтобы выйти за девять месяцев на прошлогодний уровень потребления бытовой техники, электроники, мебели и автомобилей, в III квартале населению необходимо было бы обеспечить двузначные реальные темпы прироста расходов, однако по всем категориям наблюдалось падение⁸. Таким образом, проседание потребления было вызвано скорее недоступностью привычных товаров, чем затовариванием или слабостью спроса.

Рис. 18. Объем розничных продаж одежды (млрд руб.)



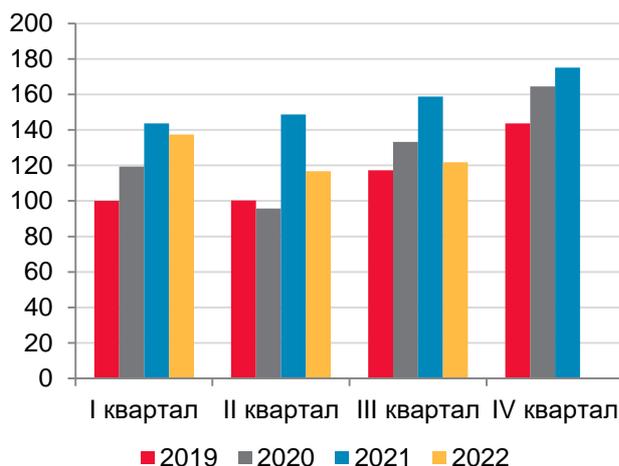
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 19. Объем розничных продаж косметики (млрд руб.)



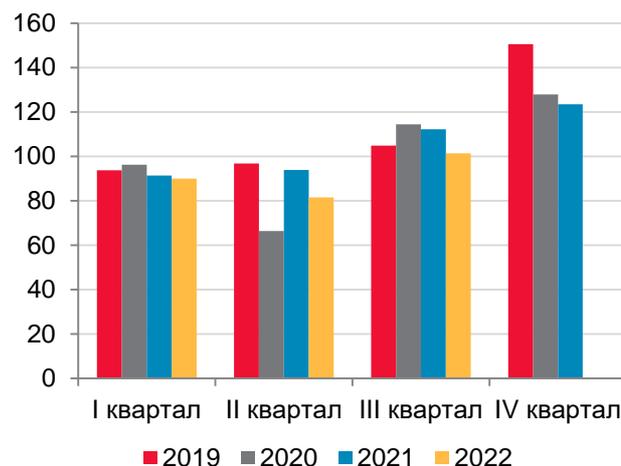
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 20. Объем розничных продаж бытовых приборов (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

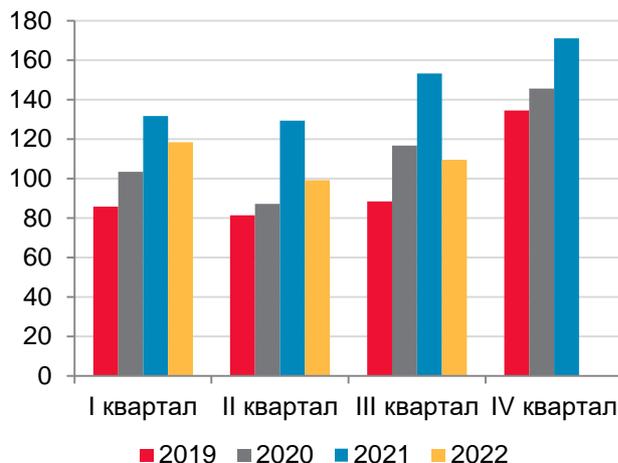
Рис. 21. Объем розничных продаж мебели (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

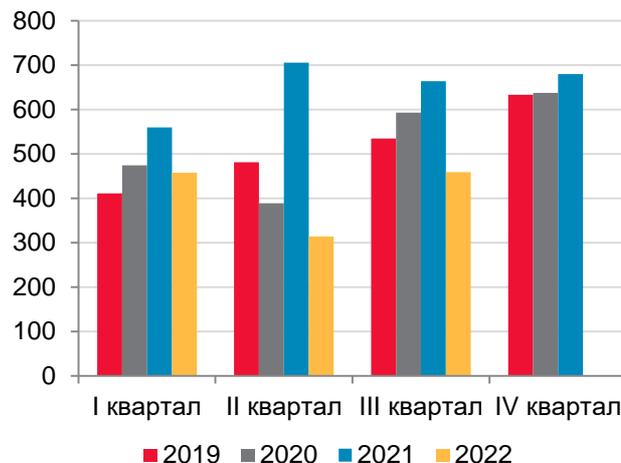
⁸ Годовая динамика расходов на одежду и обуви зависит от высокого эффекта базы прошлого года, когда большой объем социальных выплат на детей и пенсионеров на этапе выхода из масштабных антиковидных ограничений был направлен на обновление гардероба.

Рис. 22. Объем розничных продаж мобильных телефонов (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 23. Объем розничных продаж легковых автомобилей (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

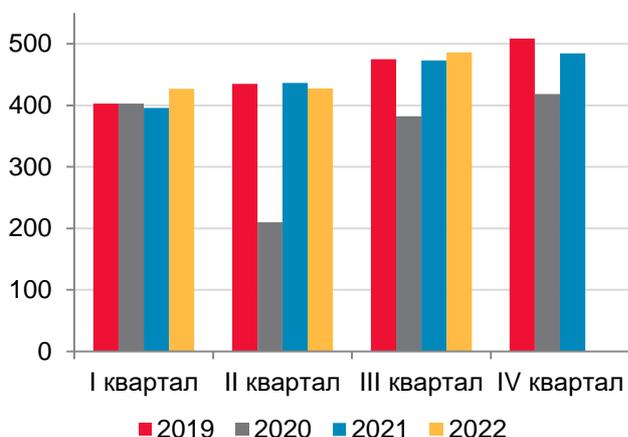
На описанные выше категории товаров, где наблюдалось сильное снижение в расходах, приходится основной объем потребления непродовольственных товаров. Поэтому существенного увеличения потребления в сегменте не произойдет до тех пор, пока не будет обеспечено расширение предложения по каналам параллельного импорта и/или не ускорится процесс переключения населения на доступные аналоги. Кроме того, расширение предложения может не сразу привести к увеличению потребления: населению необходимо время, чтобы привыкнуть к товарам с другими качественными характеристиками. Это видно на примере сегмента легковых автомобилей, где, помимо резкого сужения предложения в количественном отношении, также произошел сдвиг в сторону более доступных машин отечественного и китайского производства. Для более безболезненного и быстрого перехода требуются активная коммуникация и продвижение бренда, а также масштабные инвестиции в маркетинг, что в текущих условиях, отличающихся высокой неопределенностью, доступно не всем предприятиям.

1.4. ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ СПРОСА В СЕГМЕНТ УСЛУГ МОЖЕТ УСИЛИТЬ ПРОИНФЛЯЦИОННОЕ ДАВЛЕНИЕ

Сочетание ограниченности предложения на товарных рынках и устойчивой динамики доходов вкупе с восстановлением потребительских настроений может способствовать нарастанию инфляционного давления в непродовольственном сегменте. При этом имеющиеся ограничения способны перенаправить расходы в другие категории (например, в сферу услуг) и спровоцировать дополнительный рост цен в этих сегментах. Так, например, в 2022 г., несмотря на сдержанную динамику потребления в целом, домохозяйства наращивали свои расходы в сегментах туризма, салонов красоты, образования, общепита и других необязательных категориях расходов, за исключением теле- и онлайн-развлечений, столкнувшись с сужением контента (Рис. 24, Рис. 28). Это создавало

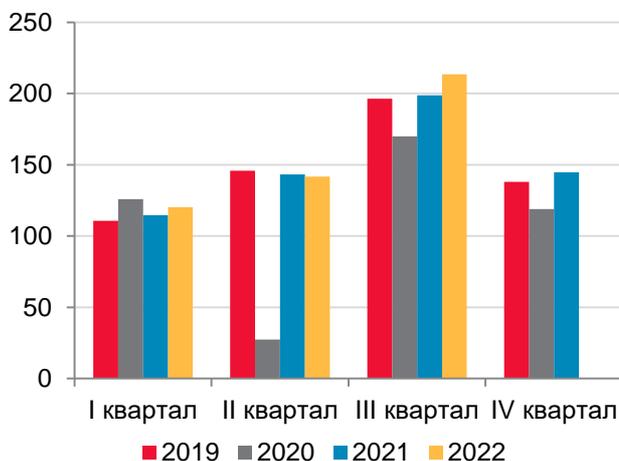
более высокий инфляционный фон в сегменте услуг⁹, нехарактерный для последних нескольких лет и сохраняющийся даже тогда, когда в остальных подындексах ИПЦ наблюдалось временное снижение цен (Рис. 29).

Рис. 24. Динамика расходов на общепит, в реальном выражении (млрд руб.)



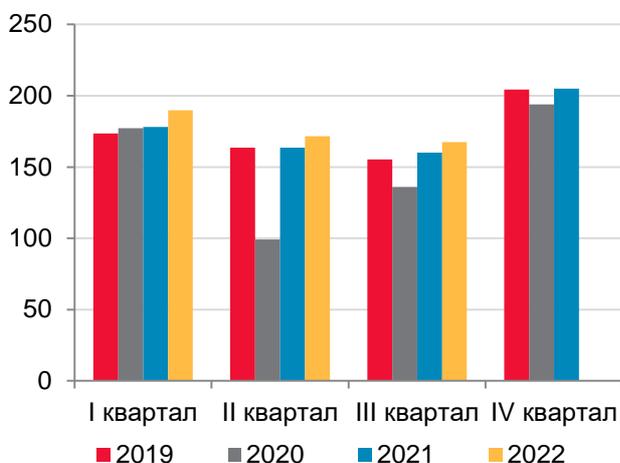
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 25. Динамика расходов на туристические услуги, в реальном выражении (млрд руб.)



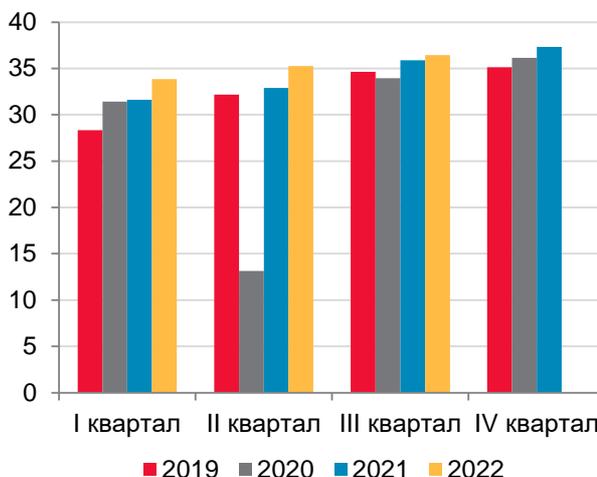
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 26. Динамика расходов на образование, в реальном выражении (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 27. Динамика расходов на салоны красоты, в реальном выражении (млрд руб.)



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

В результате наблюдаемые в настоящее время изменения в структуре спроса могут оказаться проинфляционными даже при неизменном уровне доходов и общего потребления. С учетом же адаптации населения к разного рода шокам и изменения характера реакции на них¹⁰ (Рис. 30), а также накопленного большого объема ликвидных сбережений¹¹ (Рис. 31) и ожидаемого влияния дефицита кадров на уровень зарплат в экономике, баланс рисков, по-видимому, может быть смещен в сторону ускорения роста

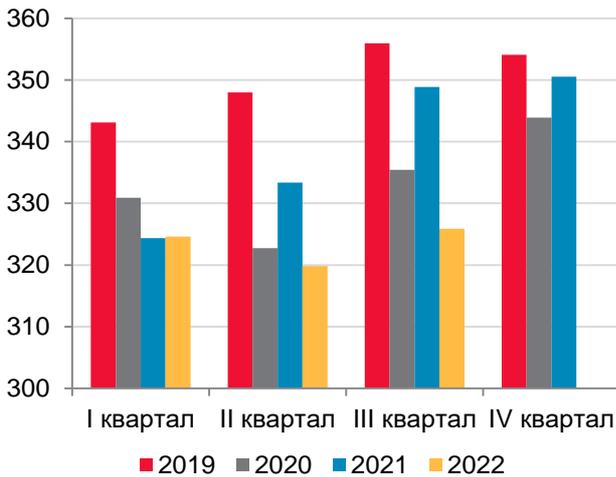
⁹ В том числе с исключением регулируемых и волатильных услуг – туристических, авиаперелетов.

¹⁰ «Панику сменила осторожность»: россияне стали отказываться от стратегии «больше экономить».

¹¹ По мере истечения срока открытых по высоким ставкам депозитов дюрация сбережений снижается, а объем наличности в обращении с начала года вырос более чем на 1,5 трлн рублей.

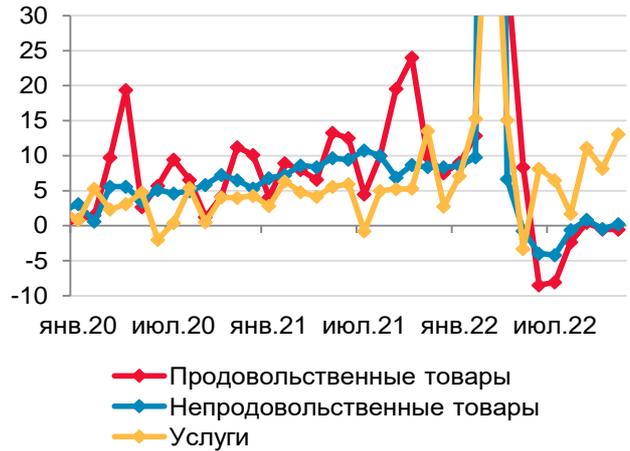
расходов. Расширения товарного предложения, способствующего нормализации структуры потребления, можно ожидать лишь в среднесрочной перспективе. По нашим оценкам, динамика предложения может начать опережать динамику спроса, выступая в качестве дезинфляционного фактора и способствуя возврату инфляции к целевому уровню, лишь к 2024 году.

Рис. 28. Динамика реальных расходов на телекоммуникационные услуги, (млрд руб.)



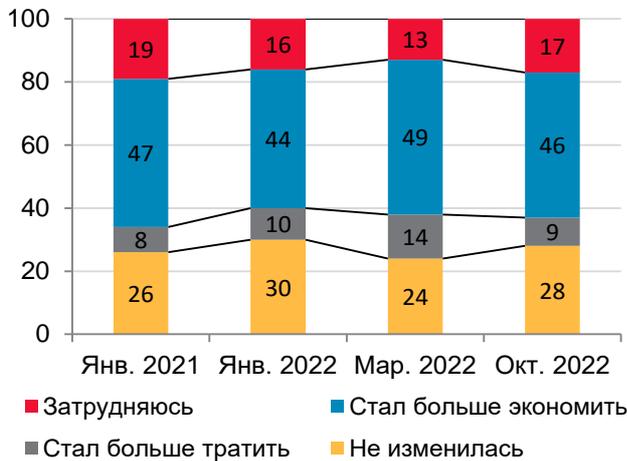
Источники: Росстат, расчеты ДИП.

Рис. 29. Сезонно сглаженный рост цен, % м/м SAAR



Источники: Росстат, расчеты ДИП.

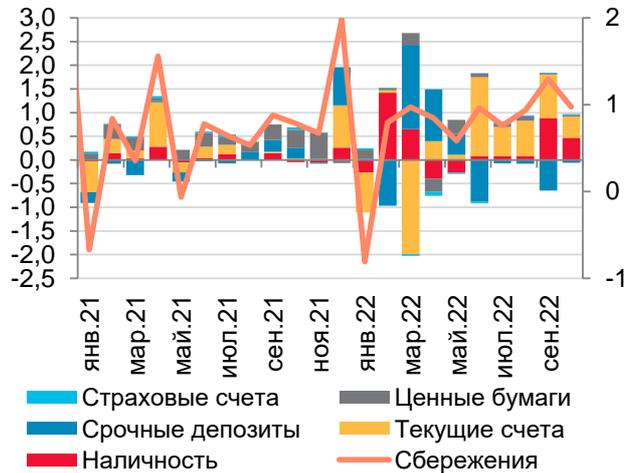
Рис. 30. Изменилась ли ваша личная финансовая стратегия после начала СВО? (%)



* В январе 2021 и 2022 гг. вопрос формулировался как «Изменилась ли ваша личная финансовая стратегия из-за длительной эпидемии коронавируса?».

Источник: SuperJob.

Рис. 31. Вложения домашних хозяйств в финансовые инструменты, операции (млрд руб.)



Источник: Банк России.