

Влияние ограничительных мер на потребительские расходы в регионах

- Три четверти первоначального падения потребительских расходов в России в апреле связаны с общими ограничениями (социальной дистанцией, самоизоляцией), а также с временными проблемами в производственных и логистических цепочках.
- Отраслевыми ограничениями непосредственно обусловлена лишь четверть падения спроса домохозяйств.
- Падение трат было крайне неравномерным по регионам. Сильнее всего пострадали регионы с развитым сектором услуг: Москва, Санкт-Петербург, Татарстан, Тюменская область и Краснодарский край.
- Наименьшее сокращение трат зафиксировано на юге и востоке России.
- После первоначального шока потребительские расходы устойчиво восстанавливаются со средним темпом 0,9 п.п. в неделю. Адаптация происходит относительно равномерно по всей территории страны.
- Даже если сегодня снять все ограничения, объем потребительских расходов, по нашей оценке, будет на 8% ниже, чем год назад. При условии сохранения текущих темпов адаптации экономики на закрытие этого разрыва ушло бы не менее двух месяцев.
- В Москве фактор отраслевых ограничений обусловил 43% падения расходов в начале периода самоизоляции, что существенно больше среднего уровня по стране.
- Восстановление потребительских трат за апрель-май 2020 г. в Москве почти полностью объясняется ростом онлайн-продаж (+5,5 п.п.) и частичным снятием отраслевых ограничений (+6,3 п.п.).

В последние два месяца экономика России оказалась в крайне необычных условиях. На территории всей страны действовали ограничения, связанные с пандемией коронавируса, которые, в частности, существенно ограничили потребительские расходы.

График 1. Уровень жесткости отраслевых ограничений на 30 марта 2020 г.



Источники: рассчитано по данным Сбербанка, Росстата

Мы оценили динамику трат в разрезе регионов, а также проанализировали связь между жесткостью мер и падением спроса домохозяйств. Рассматривался промежуток времени с 30 марта по 31 мая, который охватывает как период максимально жестких мер, так и недели с частичным снятием ограничений.

Ограничения прямо затронули 24% работающих россиян

Региональный уровень отраслевых ограничений был оценен как доля общего числа занятых в регионе, которая приходится на предприятия в классах ОКВЭД, попавших под ограничения.¹ В случае полного запрета на деятельность компаний в данном сегменте мы считали, что ограничения влияют на всех занятых в этих компаниях, в случае частичных запретов — учитывали количество занятых с весом 0,5.

Выбранный подход позволяет перейти от ограничений в отношении компаний к анализу влияния на жителей региона. Если меры затрагивали крупного работодателя, могли сильнее измениться ожидания и поведение потребителей. Кроме того, это позволяет учесть в модели риск выбывания крупного поставщика товаров и услуг, т. е. ситуацию, когда становится «негде тратить».

Всего отраслевые ограничения затронули 24,4% занятых в стране. Наибольший уровень ограничений по описанной шкале наблюдался в Москве (они коснулись 68,4% занятых в регионе), Московской (43%) и Мурманской областях (37,4%).

Связь ограничений и потребительских расходов оценивалась в рамках модели, учитывающей также межрегиональные различия и продолжительность карантина. Мы выявили, что географически смежные регионы склонны принимать похожие меры. Кроме того, между такими регионами зачастую налажены тесные экономические связи, а в совокупности это приводит к возникновению общей составляющей потребительских трат.²

Три четверти падения — следствие самоизоляции и нарушения логистических цепочек

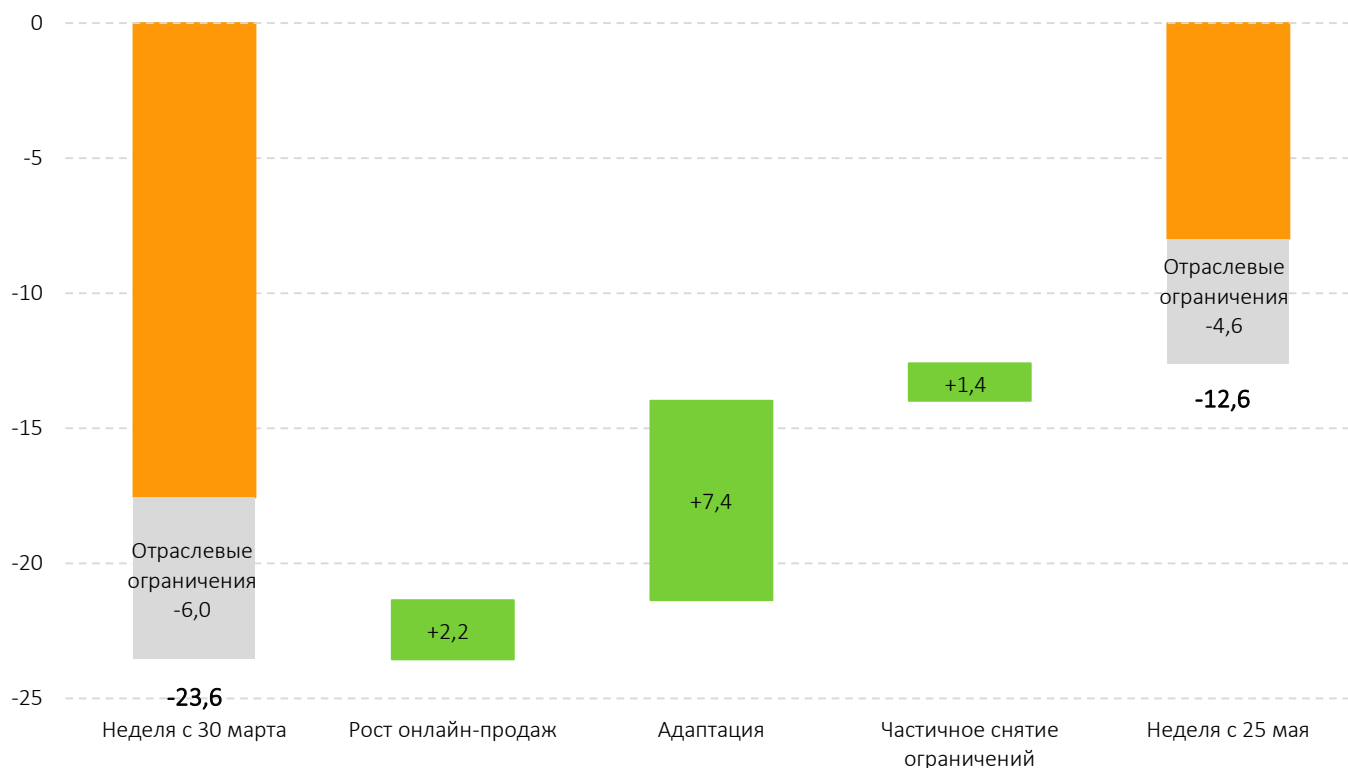
Результаты моделирования показали, что в масштабах страны **на отраслевые ограничения можно отнести четверть падения потребления**, произошедшего сразу после начала карантина: на неделе с 30 марта вклад данного фактора составил –6 п.п. при общем падении на 23,6% г/г.

Основная же часть снижения (–17,6 п.п.) произошла за счет прочих общественно значимых ограничений, не связанных напрямую с конкретными отраслями (например, правила передвижения в регионах). По сравнению с результатом по стране в целом масштабные меры, принятые в Москве, сыграли намного более весомую роль в падении трат в регионе: –14,2 п.п., или 43% совокупного снижения.

¹Использованы данные о доле занятых в разрезе ОКВЭД и регионов из сборника «Регионы России. Социально-экономические показатели» за 2019 г. (Росстат).

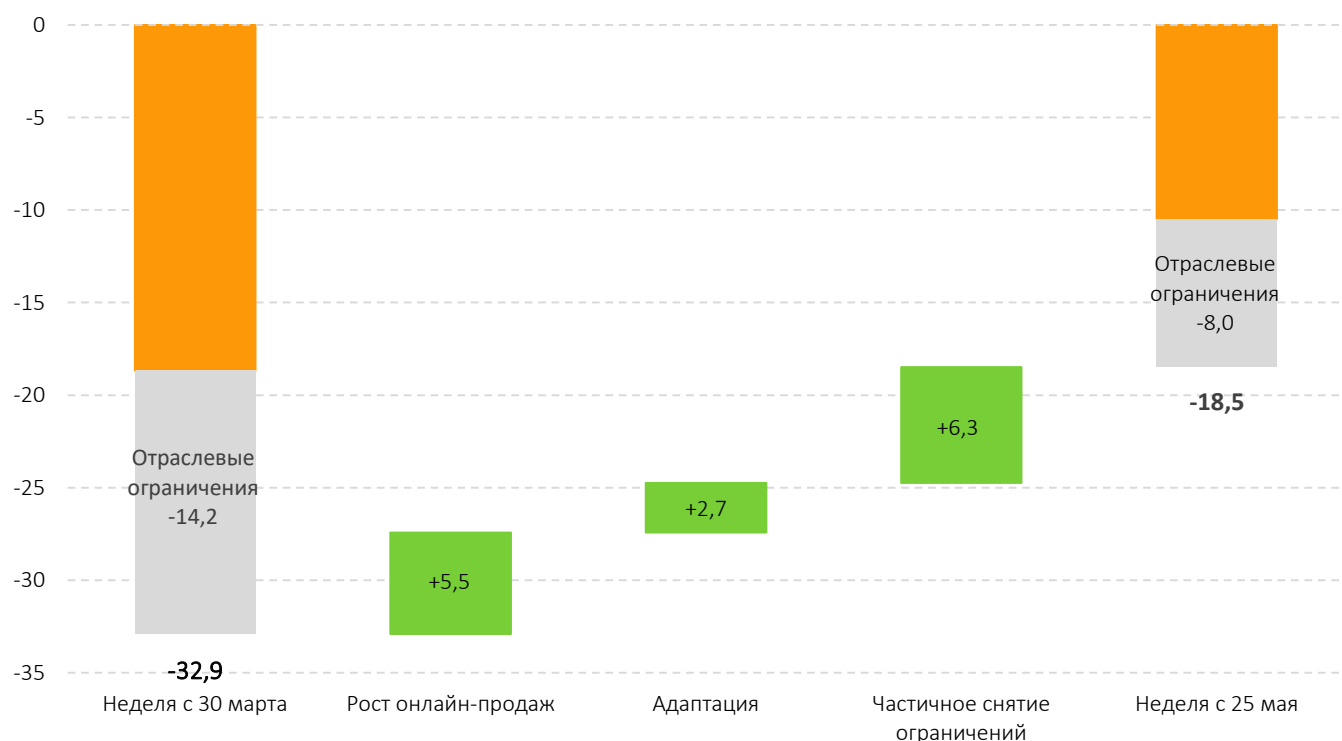
²В модели регионы были сгруппированы по федеральным округам. Различия по ФО учитывались через фиктивные переменные в регрессии.

График 2(а). Потребительские расходы в России, неделя с 30 марта и неделя с 25 мая (% г/г) и факторы их изменения за апрель-май 2020 г. (п.п.).



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 2(б). Потребительские расходы в Москве, неделя с 30 марта и неделя с 25 мая (% г/г) и факторы их изменения за апрель-май 2020 г. (п.п.).



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Таким образом, в среднем по стране лишь четверть падения расходов домохозяйств можно связать с запретами, действующими для конкретных отраслей. Львиная доля сокращения была связана с изменением потребительского поведения, а также краткосрочными проблемами в логистических цепочках. Это, собственно, обусловило возможность постепенного восстановления экономики за прошедшие два месяца, несмотря на сохранение ограничений в течение большей части этого периода.

Расходы восстанавливаются в среднем на 1 п.п. в неделю

Средний еженедельный темп восстановления потребления по стране в целом³ составил 0,9 п.п. в неделю, совокупный эффект к 31 мая составил 7,4 п.п. Темп восстановления оказался примерно одинаковым во всех федеральных округах.

Наиболее существенным фактором восстановления потребительских расходов в России стала постепенная адаптация компаний и потребителей к введенным ограничениям. С течением времени некоторые магазины меняли формат, подстраиваясь под эти условия, а покупатели находили возможность для офлайн-шопинга в условиях ограничений.

Многие компании в период карантина перешли в сегмент онлайн. По нашим оценкам, **за счет продаж через интернет совокупные траты увеличились на 2,2 п.п. (пятая часть общего прироста)**. В совокупности факторы адаптации и онлайн-торговли объясняют 76% наблюдаемого восстановления потребительских расходов в течение апреля и мая.

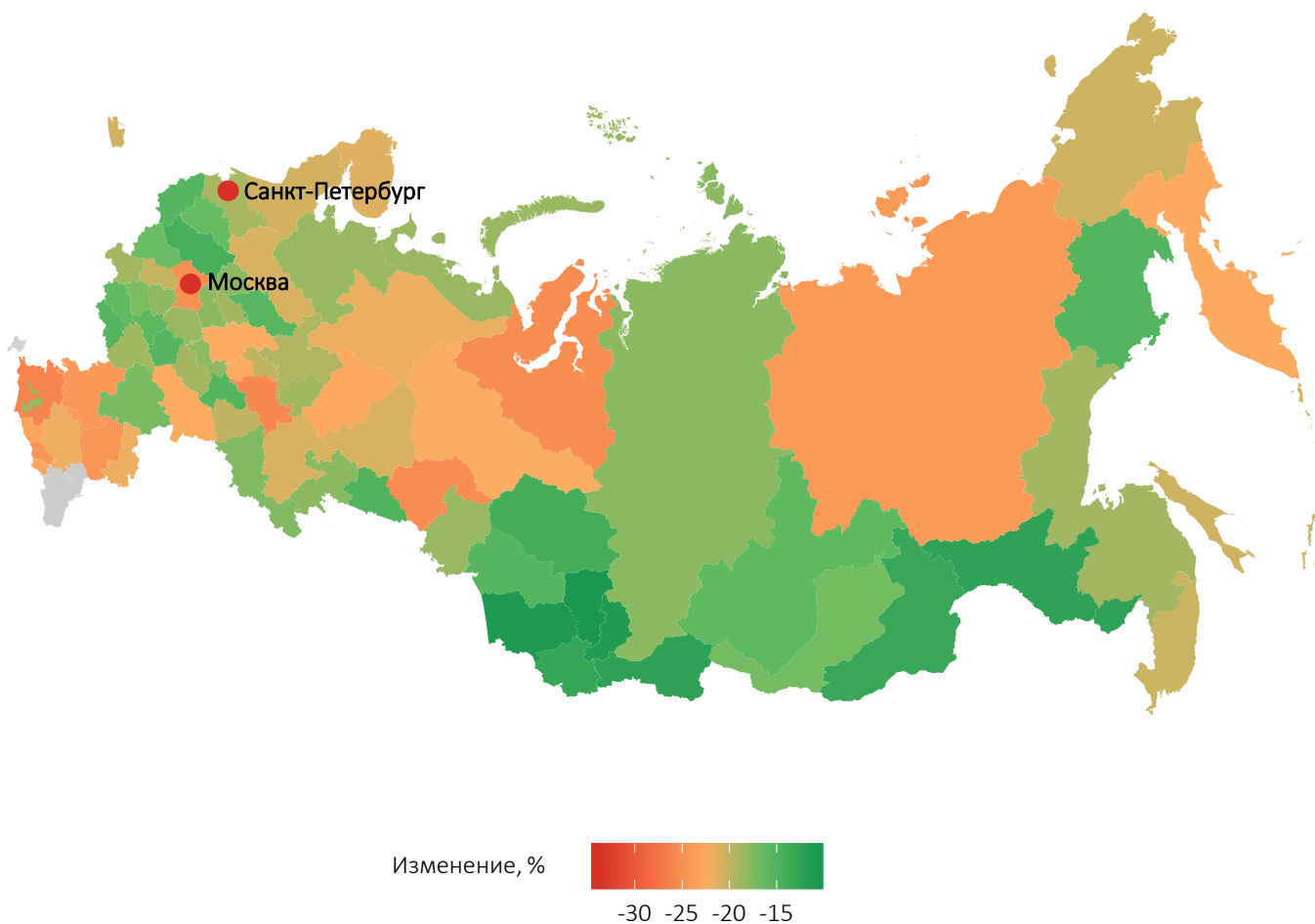
На частичную отмену отраслевых ограничений приходится 1,4 п.п., или четверть восстановления. Тем не менее, по данным за последнюю неделю мая, сохраняющиеся ограничения по-прежнему остаются существенным фактором, сдерживающим траты: в наблюдаемом падении 12,6 % г/г их вклад составил 4,6 п.п. (37% изменения).

В Москве восстановление потребления происходило по иному сценарию: в условиях максимальных по стране отраслевых ограничений возможности адаптации, вероятно, были ограничены (+2,7 п.п.), а вот частичные послабления карантинных мер стали самым сильным драйвером роста (+6,3 п.п.). Фактор онлайн-продаж также оказался более значительным, чем по стране в целом: вклад составил +5,5 п.п. (почти 40% от совокупного изменения трат за апрель-май).

³ Оценка получена на основе вклада переменной, выражающей число недель, прошедших с начала карантина.

Более других пострадали крупные города с развитым сектором услуг

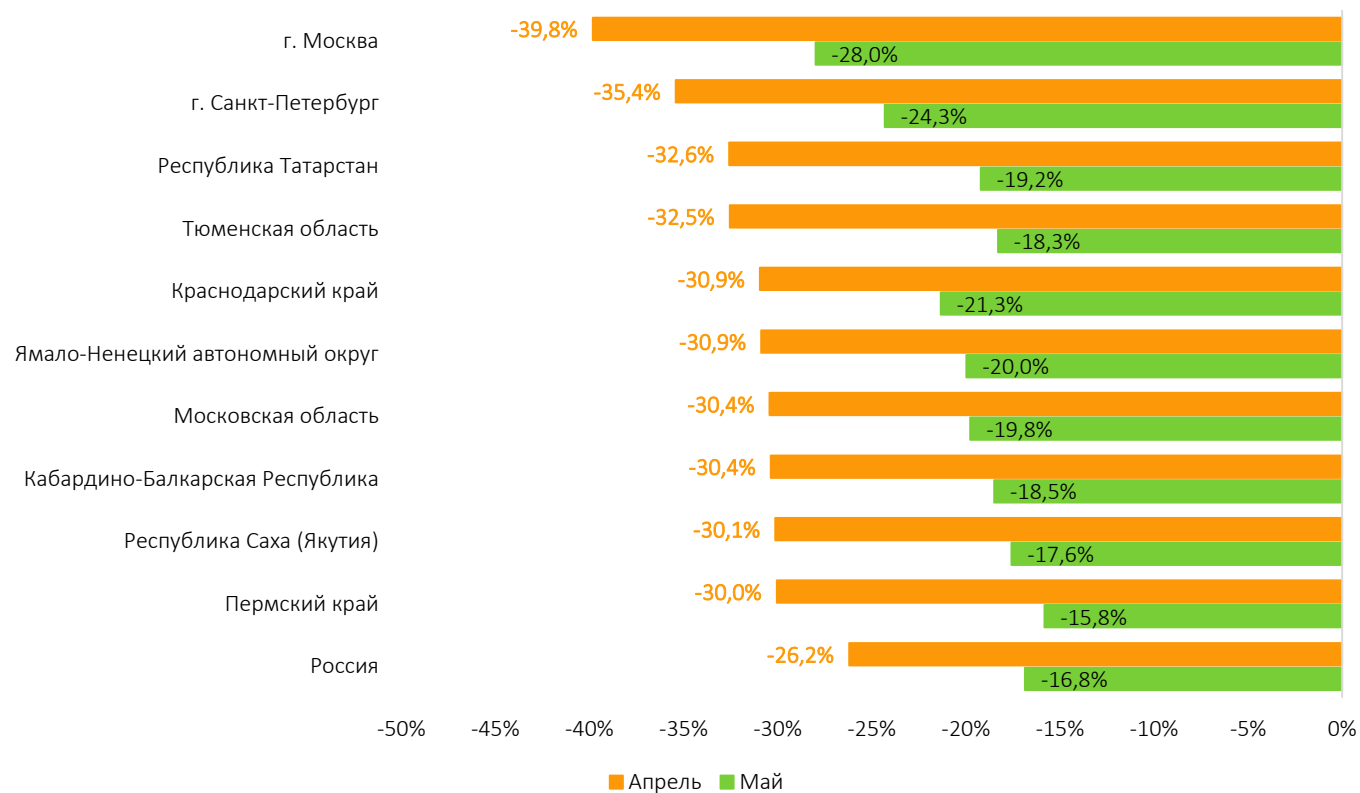
График 3. Изменение потребительских расходов, апрель-май 2020 г., %, г/г.



Источники: рассчитано по данным Сбербанка, Росстата

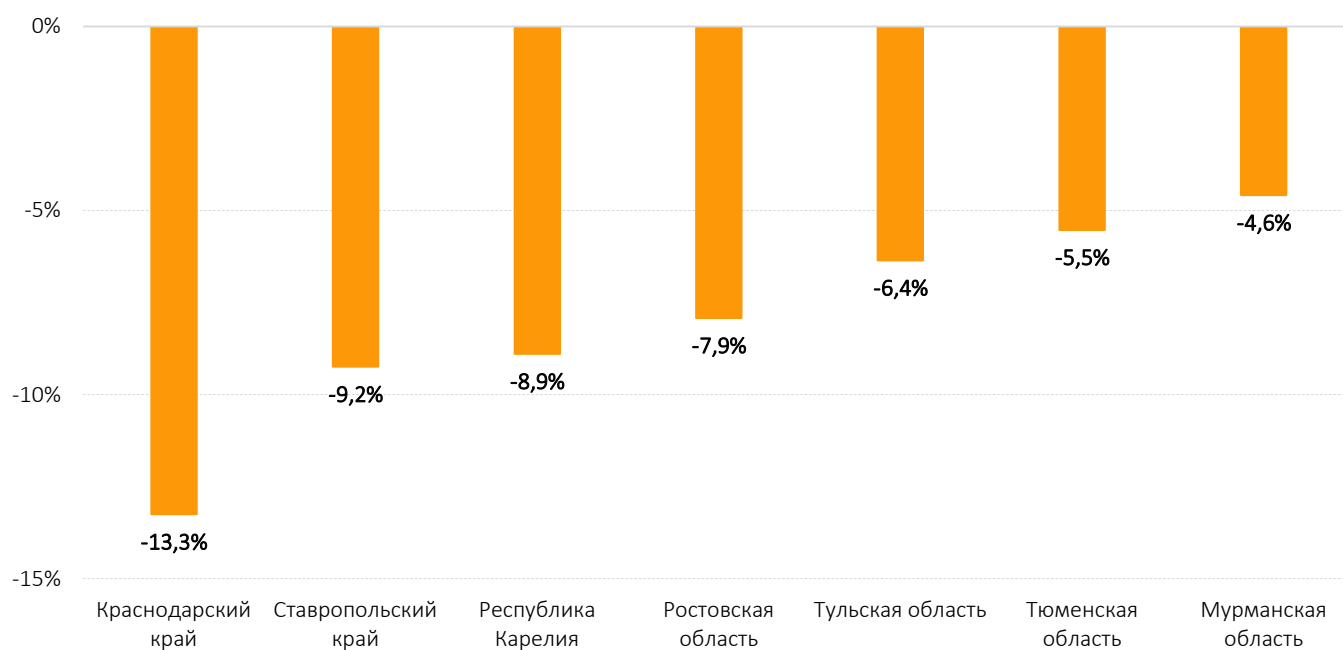
Падение потребительских расходов было крайне неравномерным по регионам. Самое значимое снижение трат на товары и услуги зафиксировано в Москве (-40% г/г в апреле) и Санкт-Петербурге (-35,4% г/г в апреле). Далее следуют Татарстан (-32,6% г/г), Тюменская область (-32,5% г/г) и Краснодарский край (-30,9% г/г). Очевидно, что в наибольшей степени пострадали те субъекты, где сектор услуг играет значимую роль. Двойной удар пришелся по экономикам, где существенную часть спроса обеспечивали туристы. Собственно, под этот критерий попадают все аутсайдеры карантинного периода. При этом потери Москвы и Санкт-Петербурга были непропорционально больше, что в значительной степени связано как раз с жесткостью ограничений, действующих на территории этих городов. Наоборот, наименее пострадавшие регионы — часто те, где вводимые меры были мягче.

График 4. Регионы с наибольшим сокращением потребительских расходов, % г/г, SA.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 5. Регионы с наиболее существенным расхождением оценок динамики доходов бизнеса (b2c) и расходов потребителей, % г/г.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Мы также обнаружили, что для ряда регионов оценка сокращения доходов бизнеса отличается от оценки трат потребителей, причем во всех случаях расходы потребителей падают значительно меньше. Это означает, что до пандемии существенную часть расходов осуществляли граждане, проживающие в других субъектах. Теперь, в условиях ограничения внутренней миграции, бизнес в данных субъектах страдает сильнее.

Наши оценки показывают, что **даже если бы все ограничения были сняты сегодня, то совокупный объем трат на товары и услуги остался бы на 8% ниже, чем год назад**. Причиной этого являются изменения в потребительском поведении, а также нарушения в логистических цепочках (приостановка деятельности некоторых бизнесов могла произойти из-за прекращения работы их поставщиков и контрагентов, а не из-за введения ограничений). Если предположить, что темпы адаптации остались бы прежними, то экономике все равно потребовалось бы еще два месяца для возвращения к уровню 2019 года.

Лаборатория «СберДанные» — инициатива Сбербанка по обработке и анализу больших данных. На основе информации, получаемой из платежных систем и общедоступных источников, эксперты банка предоставляют количественные характеристики социально-экономических процессов, происходящих в стране на макро- и микроэкономическом уровнях. При анализе используются только агрегированные обезличенные данные. Персональная информация и любая информация, составляющая коммерческую тайну, не раскрываются.

Авторы исследований: М. Матовников, Н. Корженевский, М. Камротов.

Проект реализуется совместно с дивизионом «Корпоративные клиенты 360» и его исполнительным директором по исследованию данных Д. Золотаревым.

Дивизион «Корпоративные клиенты 360» — подразделение Сбербанка, ответственное за развитие цифрового профиля корпоративных клиентов Сбербанка и создание аналитических продуктов на основе больших данных.

Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.

При публикации материалов проекта ссылка на Сбербанк обязательна.

Электронная версия:



Контакты: media@sberbank.ru

ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015.