Потребительский рынок России и Краснодарского края: динамика спроса и покупательское поведение

Потребительский рынок России и Краснодарского края: экономия, спрос и сезонные различия

Институт «Велан» · Исследование 01 · 15 ноября 2026

На Кубани совокупный рост потребления скрывает существенные различия между месяцами. Для бизнеса это означает необходимость различать устойчивую потребность, сезонный поток и разовую покупку.

Региональные ряды: январь-сентябрь 2026. Опрос потребителей: март 2026.

География и границы исследования

Территория

Россия и Краснодарский край

Период данных

Региональные ряды: январь–сентябрь 2026 года; опрос Б1: март 2026 года.

Метод

Кабинетное исследование открытых статистических рядов и опубликованного опроса.

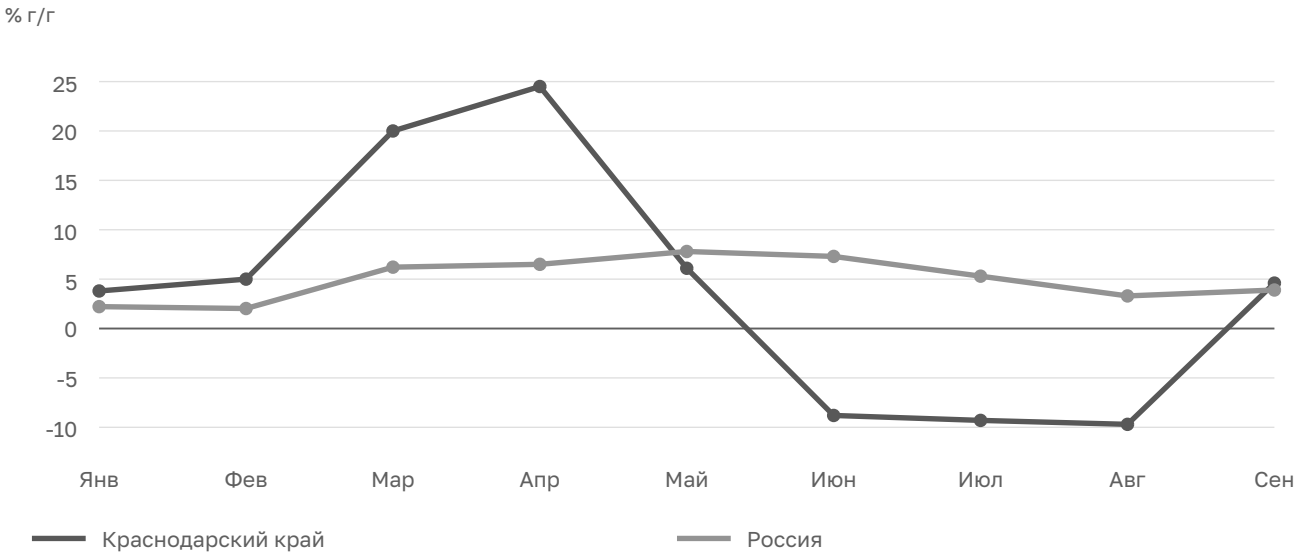
Границы выводов

Федеральный опрос не определяет долю экономящих жителей Краснодарского края.

01 / Результаты

ВЕЛАН сопоставил региональные месячные ряды розничной торговли и платных услуг с общероссийским опросом потребителей. Ключевой результат: слабый совокупный рост не означает одинаковой ситуации в течение года. В июне, июле и августе 2026 года оба региональных ряда находились ниже соответствующих месяцев 2025 года, хотя общероссийские ряды оставались положительными [С2, С3].

Розница: весенний рост сменился летним снижением



Источник: С2. Сопоставимые цены; каждый месяц сравнивается с тем же месяцем 2025 года.

В сентябре розница вернулась к положительной динамике. Это восстановление месячного темпа, а не свидетельство того, что все предприятия компенсировали летние потери. Потребительский рынок нельзя оценивать по одному удачному месяцу.

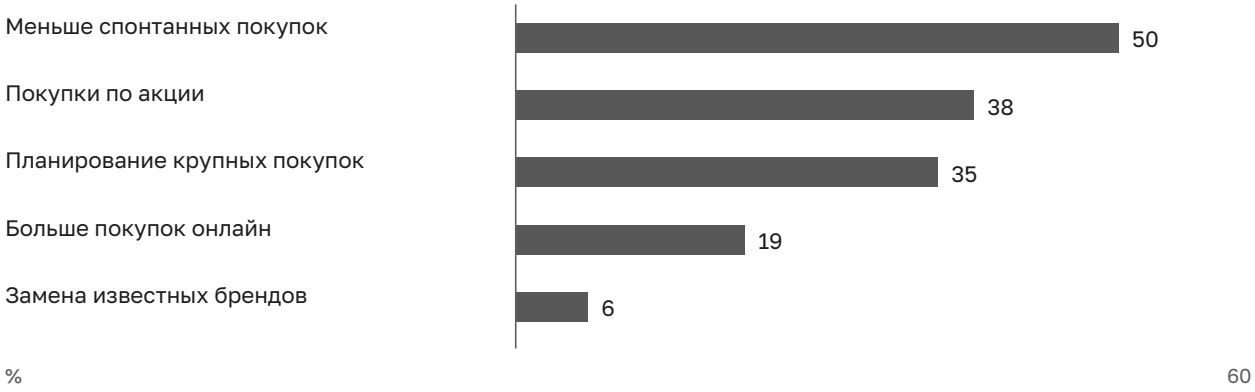
Показатель края	Результат	Период
Розничная торговля	+1,3%	январь-сентябрь
Платные услуги	+0,7%	январь-сентябрь
Реальная зарплата	+1,31%	август, г/г

С1, С4. Совокупные темпы и месячная зарплата имеют разные периоды; не складываются.

02 / Формы экономии

Опрос Б1 показывает, что адаптация бюджета выражается прежде всего в контроле выбора: 50% участников сообщили о сокращении спонтанных покупок, 38% - о стремлении покупать по акции, 35% - о более тщательном планировании значительных покупок [В1]. Это разные, пересекающиеся стратегии, а не части единого распределения.

Как участники опроса меняли покупки



Источник: B1, PDF с. 13. Россия; 1108 активных интернет-пользователей старше 18 лет; несколько ответов.

Что это меняет в интерпретации

Экономия не тождественна полному отказу от потребления. Покупатель может оставить количество товаров прежним, но изменить срок покупки, набор характеристик или продавца. Снижение спонтанности также не означает отсутствие денег: без сведений о доходах и мотивах эти механизмы неразличимы.

Для регионального бизнеса результаты опроса задают направления проверки предложения, но не долю экономящих жителей края. Федеральный опрос активных интернет-пользователей не заменяет региональное обследование домохозяйств.

03 / Как читать региональные изменения

Летнее снижение требует отдельного объяснения

В данных наблюдается одновременное ухудшение двух рядов: торговли товарами и платных услуг. Такой сигнал сильнее единичного падения одного показателя, но сам по себе не доказывает причину. На региональный оборот могут влиять жители, туристы, изменение предложения, прошлогодняя база и перераспределение покупок между каналами.

Возможный механизм	Что можно увидеть в данных бизнеса	Как различить
Меньше покупателей	Падает число чеков	Проверить трафик и конверсию отдельно
Дешевле корзина	Падает сумма/состав чека	Сравнить одинаковые позиции и количество
Сдвиг срока покупки	Увеличивается время до оплаты	Анализировать когорты обращений
Смена канала	Офлайн падает, онлайн растёт	Свести каналы без дублей покупателей

Аналитическая схема ВЕЛАН; это объяснения для проверки, а не измеренные доли причин.

Сравнение с Россией

В каждый из трёх летних месяцев динамика розницы края была ниже федеральной. В сентябре региональный темп превысил федеральный на 0,7 процентного пункта: 4,6% против 3,9% [C2; расчёт ВЕЛАН]. Разворот подчёркивает, почему годовой бюджет нельзя распределять, исходя только из среднегодового показателя.

Месячные темпы не усреднялись в показатель за девять месяцев. Для этого потребовались бы веса оборота в сопоставимых ценах. Совокупный показатель взят непосредственно из регионального профиля [C1].

04 / Выводы для бизнеса

Предложение: сделать бюджет предсказуемым

Практический ответ на более контролируемый выбор - понятная итоговая стоимость, состав покупки и несколько вариантов комплектации. Базовый вариант должен решать основную задачу клиента; дополнительные опции следует отделять по цене. Проверять результат нужно по марже и оплаченным покупкам, а не только по интересу к дешёвому варианту.

Продажи: измерять отложенное решение

Если покупатели дольше выбирают, сравнение продаж за календарную неделю может недооценить результат рекламы. Полезно смотреть, какая доля обращений каждой недели оплачена через 7, 14 и 30 дней, и как меняется итоговая маржа. Окна здесь - пример организации наблюдения; их выбирают по циклу сделки.

Запасы и расписание: учитывать месяцы

Летнее снижение и сентябрьское улучшение говорят в пользу раздельного планирования сезонных периодов. Для предприятия это основание сопоставить прошлогодние недели, рабочие дни, ассортимент и часы работы до закупки дополнительного запаса. Региональная динамика не задаёт готовый процент сокращения закупок.

Решение	Показатель проверки	Критерий успеха
Базовая комплектация	Маржа на покупателя	Больше маржи при сопоставимом трафике
Напоминание о выборе	Оплата по когортам	Дополнительные продажи после всех затрат
Изменение сезонного запаса	Оборачиваемость и списания	Меньше потерь без ухудшения наличия

Рекомендации ВЕЛАН. Эффект не измерялся экспериментально.

Итог: в регионе есть признаки неравномерного спроса, а федеральный опрос фиксирует контроль покупок. Эти свидетельства поддерживают стратегию понятной ценности и точного

планирования; они не дают основания объявлять все категории рынка падающими.

05 / Методика

Дизайн: кабинетное описательное исследование вторичных данных. Дата фиксации источников - 15 ноября 2026 года. Единицы анализа: месяц × территория × показатель; опубликованная доля ответов отдельного опроса. Региональные таблицы анализировались за январь-сентябрь 2026 года; зарплата доступна по август.

Числовой массив: 104 месячных наблюдения в трёх таблицах по России, Краснодарскому, Ставропольскому краям и Ростовской области. В основных графиках использованы Россия и Краснодарский край. Исходные книги и CSV с листом, ячейкой, периодом и значением включены в приложение данных.

Ряды розницы и услуг отражают прирост физического объёма, а не денежной выручки. Зарплата - реальный среднемесячный показатель работников, не располагаемый доход всех жителей. Сопоставление рядов описательное: корреляции и причинные эффекты не оценивались.

Б1: март 2026, 1108 активных пользователей российского интернета старше 18 лет. В опубликованном портрете 49% мужчин и 51% женщин; опрос не является собственной выборкой ВЕЛАН. Региональные доли не опубликованы. Статистическую значимость небольших различий между волнами без микроданных и дизайна оценить нельзя.

Ограничения и область применимости

Розничный оборот не различает мотивы покупки и не представляет только расходы постоянных жителей. Платные услуги имеют широкий состав. Сезонность частично учтена сравнением с тем же месяцем прошлого года, но изменение турпотока и эффект базы не устранены. Поэтому итог описывает структуру сигналов рынка, а не персональные стратегии всех жителей Кубани.

Темы выбраны по предмету исследования; рейтинг поисковой частотности Wordstat в расчёты не включён. Анализ и расчёты - ВЕЛАН. Издатель оказывает маркетинговые услуги; коммерческий интерес учтён отделением результатов от рекомендаций.

Источники и данные

[C1] Банк России. Профиль Краснодарского края
Показатели с разными периодами: январь-сентябрь, август и октябрь 2026; период указан у каждого значения.

[C2] Банк России. Розничная торговля: исходная таблица
Лист «Оборот розничной торговли». Месячные темпы в сопоставимых ценах, год к году. Данные Росстата.

[C3] Банк России. Платные услуги: исходная таблица
Лист «Объем платных услуг населению». Месячные темпы в сопоставимых ценах, год к году. Данные Росстата.

[C4] Банк России. Реальная заработная плата: исходная таблица
Лист «Реальная заработная плата». Годовой темп за соответствующий месяц. Расчёты Банка России по методике Росстата.

[B1] Б1. Цена как ключевой драйвер выбора: март 2026
Опрос 1108 пользователей российского интернета старше 18 лет. Метод и состав: PDF с. 3 и 21; поведение: PDF с. 12-13; факторы выбора: PDF с. 6. Печатная нумерация отличается на две страницы.

Вопросы и ответы

Что показывает исследование потребительского рынка Краснодарского края?

Совокупная динамика за девять месяцев скрывает различия между месяцами. В июне, июле и августе 2026 года региональные ряды розницы и услуг были ниже соответствующих месяцев предыдущего года. Основание: C1–C3 в разделе источников.

Можно ли считать, что половина жителей Кубани сократила спонтанные покупки?

Нет. Показатель 50% относится к участникам общероссийского опроса Б1 — 1108 активным интернет-пользователям старше 18 лет. Региональная доля не опубликована. Основание: B1.

Почему годовой рост спроса не означает одинаковую ситуацию у всех компаний?

Региональные агрегаты объединяют разные месяцы, категории, предприятия и покупателей. Для отдельной компании нужны её трафик, конверсия, состав покупки и маржа за сопоставимые периоды.