



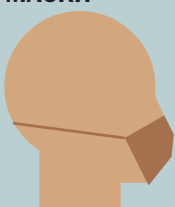
ВИРУС ПЕРЕЗАРЯДИЛ ПАТРОНЫ

В США интернет-магазин амуниции Amto.com сообщил, что за 11 дней с 23 февраля, когда интерес к распространению коронавируса в стране достиг пика, продажи площадки выросли на 45% относительно предыдущих 11 дней. Цифры приводит, в частности, сайт FoxBusiness. При этом в четырех штатах рост продаж превысил 100%. Так, в Северной Каролине показатель был на уровне 179%, в Джорджии — 169%, в Пенсильвании — 140%, а в Техасе — 128%. Заметное увеличение спроса в Amto.com также зафиксировали во Флориде (76%), Иллинойсе (67%), штате Нью-Йорк (48%) и Огайо (40%). Как отметил менеджер по маркетингу Amto.com Алекс Хорсман, в компании знают, что политические или экономические потрясения приводят к росту продаж амуниции, но впервые видят, что причиной становится вирус. «Но в этом есть смысл. Многие наши покупатели любят быть подготовленными. И для многих защитных масок и „Терафлю“ недостаточно», — отмечает господин Хорсман.

АРТЕМ ГЕОДАКЯН / ТАСС

СРЕДНИЕ ТРАТЫ НА МЕДИЦИНСКИЕ МАСКИ В ОДНОМ ЧЕКЕ В РОССИИ, РУБ.

1-я неделя 2020 года	83
2-я неделя 2020 года	44
3-я неделя 2020 года	44
4-я неделя 2020 года	43
5-я неделя 2020 года	176
6-я неделя 2020 года	107
7-я неделя 2020 года	74
8-я неделя 2020 года	65



Источник: «Ромир».

СРЕДНИЕ ТРАТЫ НА ПРОТИВОВИРУСНЫЕ ПРЕПАРАТЫ В ОДНОМ ЧЕКЕ В РОССИИ, РУБ.

Источник: «Ромир».

1-я неделя 2020 года	892
2-я неделя 2020 года	340
3-я неделя 2020 года	431
4-я неделя 2020 года	432
5-я неделя 2020 года	788
6-я неделя 2020 года	382
7-я неделя 2020 года	444
8-я неделя 2020 года	573



спроса в 13 раз, в «Ригле» — в восемь. В интернет-магазине Wildberries продажи масок увеличивались в пять раз. При этом покупатели уже сталкивались с нехваткой тех же масок в свободной продаже, а правительство РФ из-за угрозы дефицита ввело временный запрет на вывоз ряда медицинских изделий, включая средства защиты, до 1 июня 2020 года.

По данным исследования «Ромир», пик продаж защитных масок пришелся на пятую неделю 2020 года. С 27 января по 2 февраля россияне в среднем приобретали более шести масок стоимостью 176 руб. за одну покупку. Это в четыре раза больше, чем в среднем характерно для данного периода, следует из исследования. Средняя закупка противовирусных препаратов за тот же период включала 2,5 упаковки стоимостью 788 руб., что ниже пико-

вого значения начала года (более трех упаковок за 892 руб.), подсчитали в «Ромире». По данным аналитиков, самым продаваемым стал «Кагоцел», а спрос, к примеру, на «Арбидол» был стабильным. Таким образом, исходя из исследования «Ромира», расходы на медицинские маски и противовирусные препараты на две недели можно оценить примерно в 1 тыс. руб.

Директор по развитию RNC Pharma Николай Беспалов указывает, что цены в фармацевтической рознице, как правило, не так волатильны, как в продуктовом ритейле, и о скидках в 30–40% речи быть не может. К тому же лекарства — это продукция постоянного спроса, сложно предсказать, будет ли она вытребована в будущем, отмечает он. Возможно, продолжает господин Беспалов, определенные запасы на несколько месяцев

вперед имеет смысл делать людям с хроническими заболеваниями, которые регулярно принимают какой-то препарат. Однако следует помнить, что у лекарств есть свои сроки годности, на которые также стоит обращать внимание, заключает он. Директор по работе с клиентами сектора «Фарма» холдинга «Ромир» Марина Шепотиненко в целом отмечает, что пока доля людей, поддающихся панике из-за распространения коронавируса, мала и ситуация не влияет на общее покупательское поведение россиян. «Но понятно, что ситуация развивается и мы продолжаем наблюдать ее в динамике», — отмечает она.

Лучше вложиться в ремонт

По мнению Михаила Бурмистрова, наиболее ощутимые трудности, что грозят потребителям из-за распростра-

нения коронавирусной инфекции, — это перебои с поставками иностранных продуктов, к примеру из Италии. Но и об этом пока речи нет, подчеркивает он. В целом эксперт считает разумным шагом для снижения рисков заражения вирусными инфекциями в текущих условиях сокращение посещения больших магазинов и закупку продуктов онлайн.

Дмитрий Востриков уверен, что поводов для беспокойства нет, и вообще не рекомендует потребителям делать запасы продуктов, искусственно раскачивая рынок и создавая ажиотаж. Очень вероятно, считает он, покупки, сделанные напуганными потребителями впрок, окажутся невостребованными. «Дефицита продуктов и очередей в современной России не было с перестроечных времен. Периодически возникает повышенный спрос на тот или иной товар на фоне заявлений о дефиците или подорожании того или иного продукта, но во всех случаях ситуация стабилизировалась в течение месяца», — рассуждает господин Востриков.

Между тем у потребителей, склонных к паническим настроениям, появился новый повод для тревоги. Сразу после 8 марта российская валюта резко подешевела. Падение цен на нефть на 30% после выхода России из сделки ОПЕК+ одномоментно привело к росту курса доллара до 75 руб., евро — до 85 руб., что стало максимумом за четыре года. По словам господина Бурмистрова, ослабление рубля обычно приводит к всплеску закупок товаров длительного пользования: бытовой техники, электроники, мебели, товаров для дома, отделочных материалов и пр. Последний раз, отмечает он, всплеск спроса на такие категории был в декабре 2014 года.

В этот раз на ситуацию может дополнительно повлиять и коронавирус. Как отмечает Михаил Бурмистров, очевидно, что число зарубежных поездок на фоне новостей о распространении инфекции будет меньше, следовательно, у потребителей появятся свободные средства. При этом, продолжает он, вряд ли эти деньги пойдут на накопления: ставки на депозитах в России находятся на низком уровне, а на рынках высока волатильность. Вероятнее всего, потребители предпочтут направить свободные средства как раз на покупку товаров длительного пользования, опасаясь роста цен, и вложить в ремонт, прогнозирует господин Бурмистров ●