

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

23 – 29 августа 2021 г.



- Оценки потребительской активности относительно базы 2020 года в целом нормализовались, а шум, связанный с изменением структуры потребления в период локдауна, практически исчез. В связи с этим мы снова фокусируемся на показателях относительно прошлогодних уровней (% г/г), а также скорректированных на сезонность месячных данных (% м/м, SA, в реальном выражении).
- В период с 23 по 29 августа 2021 г. прирост расходов домохозяйств на товары и услуги составил +12,8% г/г.
- Неделя оказалась чуть менее активной, чем это было исторически, ввиду переноса существенной части трат на первую половину августа. Однако нормализованный уровень расходов остаётся высоким (+14,4% г/г.).
- Предварительная оценка темпов роста потребительских расходов на товары и услуги в России в августе составляет +16,2% г/г в номинальном выражении.
- Это выше текущих трендовых темпов и связано, очевидно, с президентской выплатой для школьников. Мы повысили оценку вклада данного фактора в общие темпы роста до 4,5 п.п.
- Дополнительные расходы населения по итогам полного августа относительно сезонной нормы составляют 203,2 млрд руб.
- Индекс потребительской активности остаётся высоким. По итогам недели он составил 78,6 п.

Лаборатория СберИндекс и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса. Приведённые значения являются оценкой для России в целом и не являются отражением динамики бизнеса Сбера.

¹ Негативный вклад эффекта базы, связанный со всплеском спроса в июле 2020 г., был компенсирован изменением структуры потребления.

² Показатель будет уточнен после публикации данных по инфляции за июль.

График 1

Динамика расходов на товары и услуги и индекс потребительской активности

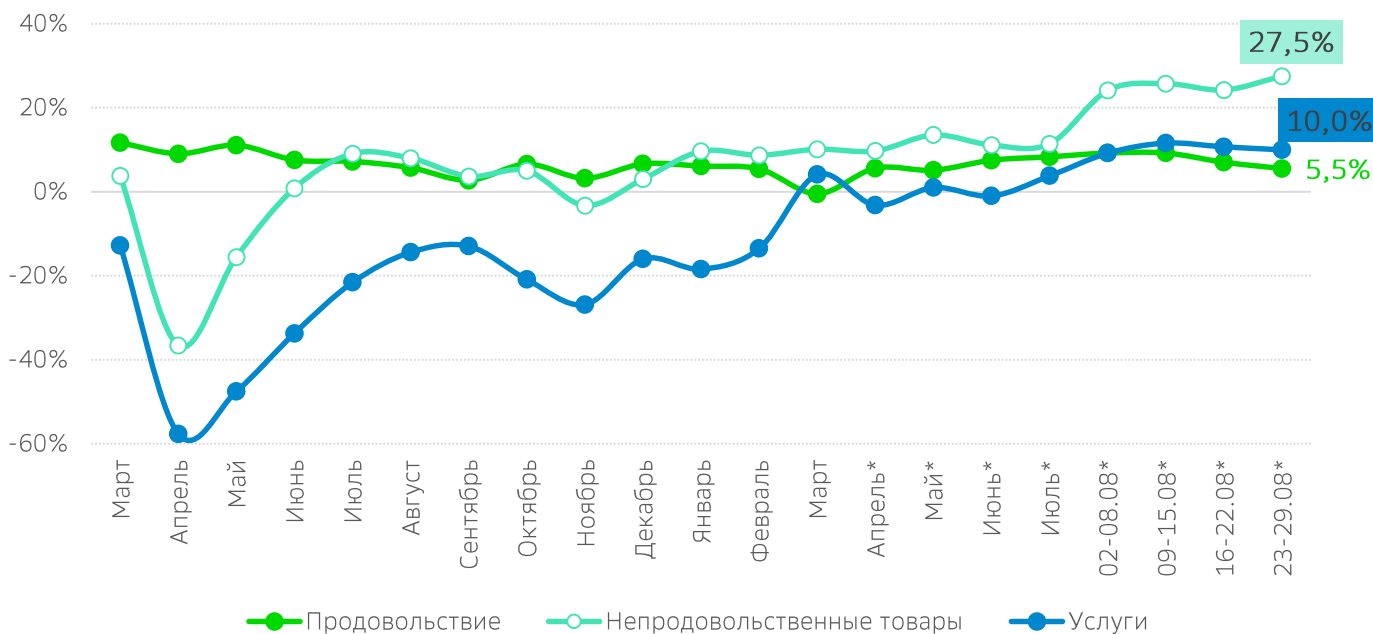


Источник: рассчитано по данным Сбера

Данные для недель, помеченных звёздочкой (*), являются нормализованными. Использовались только полные недели внутри указанного периода.

График 2

Изменение расходов в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбера

Данные для периодов, помеченных звёздочкой (*), являются нормализованными (% в год, SA); сравнение происходит с последними допандемийными неделями 2020 года.

Приложение 1.

Изменение номинальных расходов относительно сопоставимого периода предшествующего года, %, SA

Данные для недель, помеченных звёздочкой (*), являются нормализованными: приведено изменение относительно периода 01.02–15.03 2020 г. Использовались только полные недели внутри указанного периода.

Категория	Июнь	Июль	02.08-08.08	09.08-15.08	16.08-22.08	23.08-29.08	23.08-29.08*
Все категории	10,1%	10,4%	20,1%	16,9%	13,2%	12,8%	14,4%
Все товары, в т.ч.:	2,0%	6,8%	19,3%	15,4%	11,5%	11,5%	15,7%
– продовольственные	-4,0%	2,4%	12,5%	10,3%	9,1%	7,9%	5,5%
– непродовольственные	8,7%	11,9%	27,0%	21,0%	14,4%	15,7%	27,5%
Услуги	30,9%	18,7%	21,8%	20,3%	16,8%	15,6%	10,0%
Duty Free	259,8%	177,5%	99,7%	62,8%	52,8%	34,9%	0,2%
Авиабилеты	20,5%	-21,1%	-16,6%	-15,8%	-17,7%	21,0%	-34,5%
Автодилеры и автозапчасти	1,4%	11,7%	17,5%	2,0%	22,0%	21,7%	23,2%
Бытовая техника и электроника	7,7%	11,2%	20,5%	16,0%	12,6%	7,6%	33,1%
Винные магазины	-11,1%	7,8%	18,5%	9,7%	11,8%	5,8%	15,5%
Домашние животные	-4,4%	6,0%	7,6%	8,7%	5,3%	6,5%	5,7%
Дорожные пошлины	-30,4%	-36,7%	10,7%	н.д.	-43,3%	40,0%	10,9%
Канцтовары	-4,1%	-0,7%	90,2%	42,0%	8,8%	-3,7%	79,5%
Кафе, бары, рестораны	80,4%	27,2%	23,2%	20,5%	16,1%	15,2%	11,8%
Книги, музыка, фото и видео	17,9%	13,0%	36,8%	24,5%	11,2%	3,2%	24,4%
Компьютеры и ПО	42,9%	47,1%	57,9%	66,2%	63,4%	51,7%	23,9%
Контрактные услуги	23,0%	26,8%	26,5%	17,8%	20,2%	23,8%	49,2%
Лекарства и медицинские товары	11,4%	21,2%	20,6%	17,5%	14,1%	15,4%	-3,6%
Локальный транспорт	30,8%	4,9%	-2,1%	-1,6%	-3,1%	-3,2%	-8,3%
Мебель и предметы интерьера	6,4%	4,8%	17,8%	16,6%	12,6%	14,9%	26,8%
Медицинские услуги	26,0%	19,5%	19,8%	18,3%	16,0%	13,9%	10,5%

30 августа 2021 г.

Категория	Июнь	Июль	02.08-08.08	09.08-15.08	16.08-22.08	23.08-29.08	23.08-29.08*
Одежда, обувь и аксессуары	15,6%	7,4%	39,2%	22,5%	10,1%	14,7%	49,3%
Отели в России	169,8%	19,3%	-0,6%	1,3%	-1,2%	0,9%	34,4%
Отели за рубежом	361,5%	146,5%	113,6%	101,3%	96,1%	86,9%	-33,5%
Парковки и гаражи	171,2%	115,5%	104,7%	102,8%	99,6%	89,0%	60,8%
Продуктовые магазины	-3,5%	1,9%	12,8%	10,2%	8,8%	7,9%	4,8%
Развлечения	232,7%	149,2%	109,5%	100,0%	71,9%	81,6%	5,2%
Салоны красоты, массаж, SPA	40,4%	23,7%	20,8%	18,6%	18,9%	16,2%	4,1%
Спорт	35,2%	17,2%	38,1%	37,0%	28,8%	28,9%	12,3%
Такси, каршеринг, аренда авто	41,7%	13,3%	13,5%	11,1%	11,9%	6,4%	8,2%
Телеком-оборудование и услуги	8,1%	16,7%	28,9%	27,5%	22,3%	28,2%	19,6%
Товары для красоты и здоровья	27,4%	9,4%	14,3%	16,0%	10,9%	9,5%	-5,1%
Товары для строительства и ремонта	0,0%	10,7%	18,9%	18,3%	14,7%	17,6%	38,4%
Топливо, автосервис	7,4%	12,9%	15,9%	15,9%	16,0%	17,1%	21,2%
Турагентства	1731,7%	542,9%	479,3%	493,5%	419,9%	291,0%	242,1%
Универсальные магазины	4,7%	22,0%	40,6%	37,9%	32,8%	31,3%	40,4%
Хобби и увлечения	-11,3%	-2,9%	53,3%	31,5%	14,6%	12,5%	28,4%
Цветы и подарки	15,1%	14,2%	14,1%	14,0%	11,2%	12,8%	-1,5%
Ювелирные изделия	41,4%	18,7%	21,6%	13,2%	11,2%	12,6%	10,3%

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

При публикации материалов проекта ссылка
на СберИндекс обязательна.
Контакты: media@sberbank.ru

Электронная версия:



Лаборатория СберИндекс — инициатива Сбербанка по обработке и анализу больших данных. На основе информации, получаемой из платёжных 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.

Проект реализуется совместно с дивизионом «Корпоративные клиенты 360» и его исполнительным директором по исследованию данных Д. Золотарёвым.
Дивизион «Корпоративные клиенты 360» — подразделение Сбербанка, ответственное за развитие цифрового профиля корпоративных клиентов Сбербанка, и создание аналитических продуктов на основе больших данных.