

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

22–28 марта 2021 г.

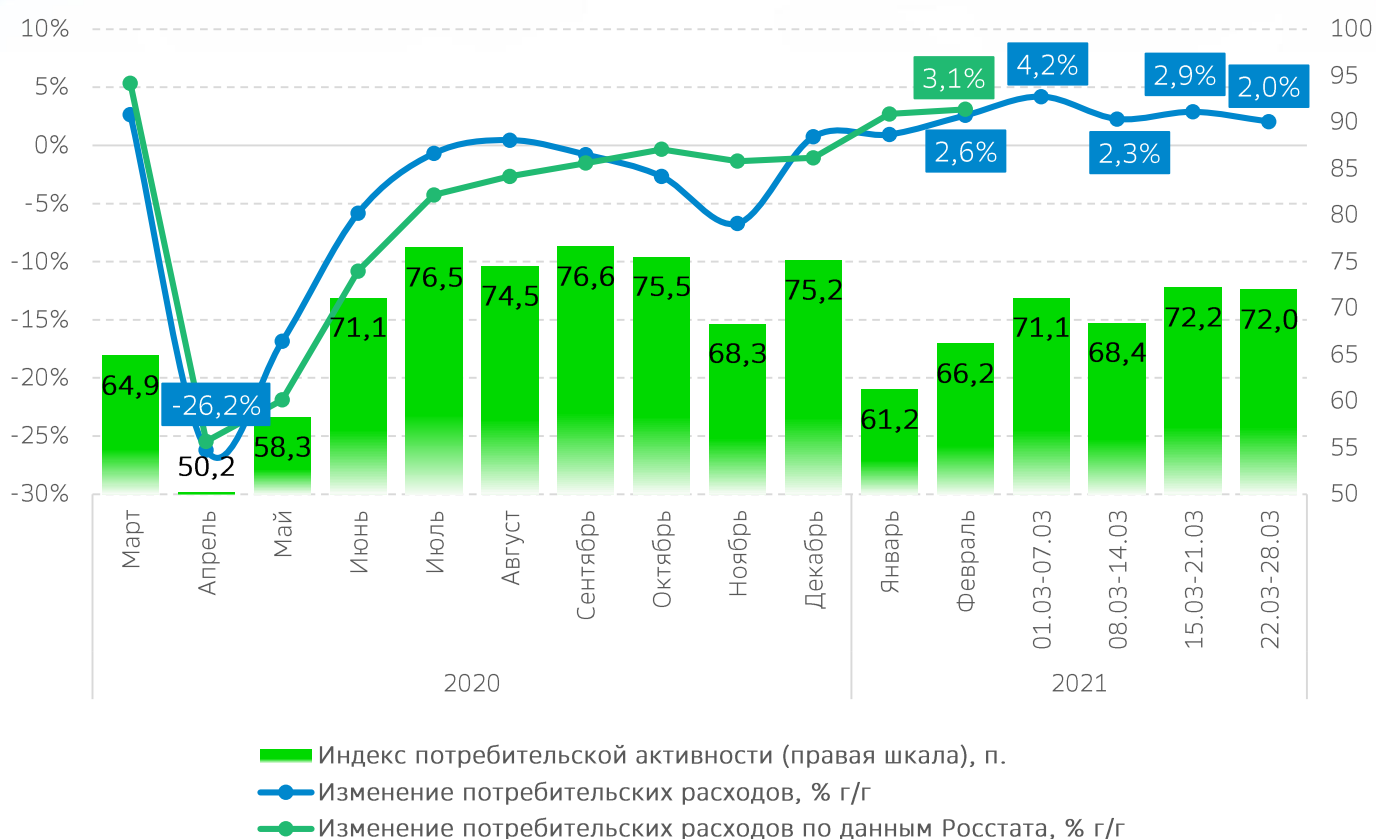


- Сохраняется крайне высокая волатильность оценок потребления, что связано с резкими скачками величины и структуры спроса во второй половине марта 2020 года.
- С 22 по 28 марта 2021 г. потребительские траты росли с темпом +2,0% г/г. На динамику негативно влияет эффект базы, который на рассматриваемой неделе охватил практически все товарные сегменты. 25 марта 2020 года было объявлено о введении режима самоизоляции, для подготовки к которому население произвело масштабную закупку товаров первой необходимости. Ажиотажный спрос наблюдался в широком спектре категорий (продовольствие, товары для строительства и ремонта, автомобильное топливо).
- Темпы роста номинальных расходов, очищенные от искажений, связанных с эффектом базы, составляют 4,5–4,8% г/г.
- На неделе 22–28 марта 2021 г. наблюдается значимое улучшение динамики в секторе услуг. Отклонение объёма трат от тренда в данном сегменте сократилось до «всего лишь» –7,1% против –13,0% неделей ранее.
- Номинальные темпы роста в сервисной части экономики сейчас анализировать бессмысленно. На фоне выключения существенной её части уже в марте 2020 года сейчас формальный рост трат в этом сегменте составляет +31,2% г/г. А в таких категориях как «Авиабилеты», «Магазины duty free», «Турагентства» расходы растут кратно.
- В такие периоды важны стационарные оценки ситуации со спросом. Индекс потребительской активности на прошлой неделе чуть ниже максимальных значений 2021 года (72,0 пункта).
- Данные Росстата по потребительским расходам за февраль в целом совпали с оценками СберИндекса (+3,1% г/г по данным Росстата, +2,6% г/г согласно нашим расчётам).
- Спрос на культурные мероприятия во время коронавируса ниже, чем в 2020 году, но уже превышает показатели того же периода 2019 г. С учётом действующих ограничений на число зрителей на площадках, показатели марта 2021 года можно считать высокими.

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.

График 1

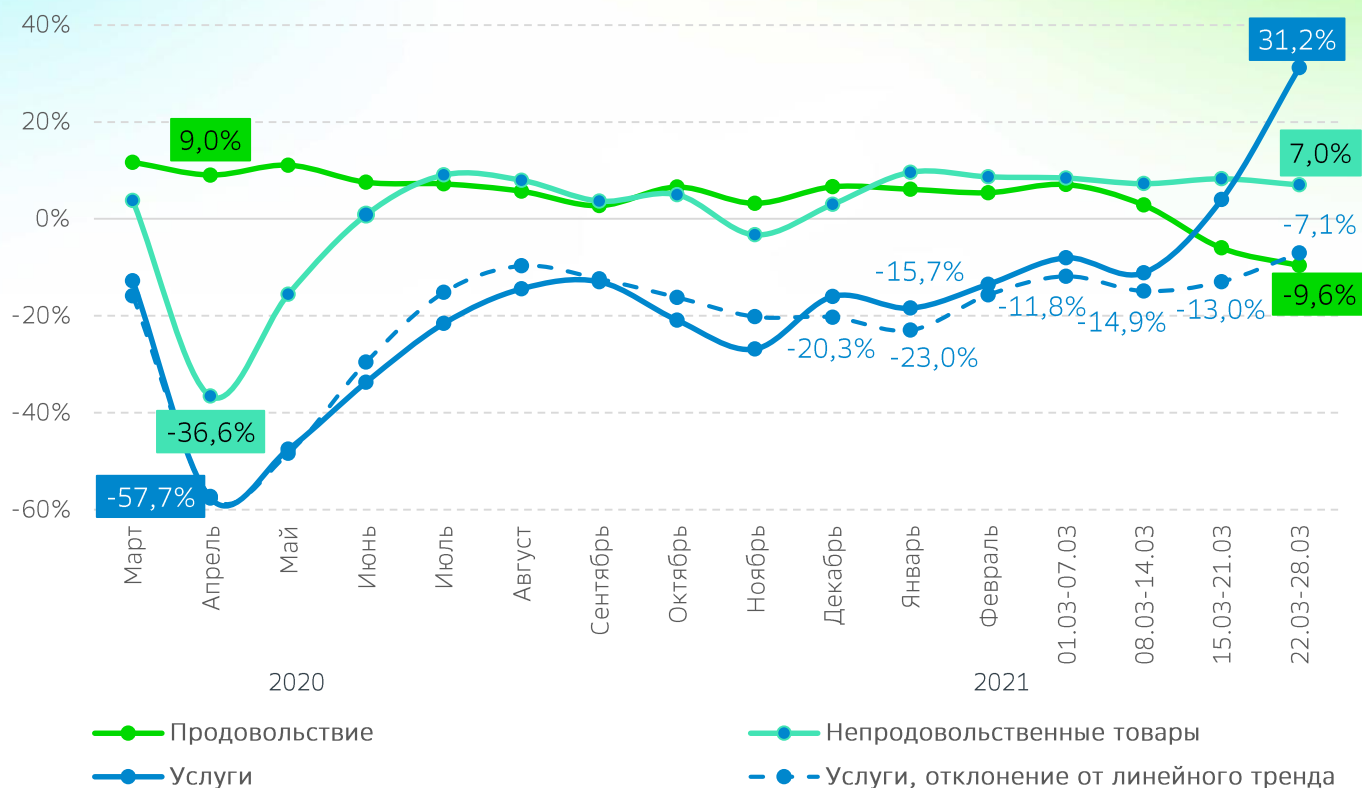
Динамика расходов на товары и услуги по данным Сбера и Росстата



Источники: рассчитано по данным Сбера и Росстата

График 2

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



Источник: рассчитано по данным Сбера

Спрос на билеты в театры, на концерты и другие массовые мероприятия в 2020 году начал восстанавливаться только после снятия ограничительных мер в июле-августе. Но даже осенью его уровень не превышал 50% от значений первого квартала того года и 55% — от уровня осени 2019 года.

С началом второй волны коронавируса число клиентов, которые совершали операции в категории, вновь снизилось. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года спрос в IV квартале 2020 года упал почти в три раза.

В начале 2021 года число клиентов, покупающих билеты на массовые мероприятия, составило примерно 70% от аналогичного показателя в первом квартале прошлого года. При этом количество покупок на одного клиента за этот же период не изменилось. С учётом того, что в большинстве регионов до сих пор действуют ограничения на массовые мероприятия и максимальную заполняемость залов (25-50% в зависимости от региона), можно говорить о повышенном спросе на развлечения и культуру.

График 3

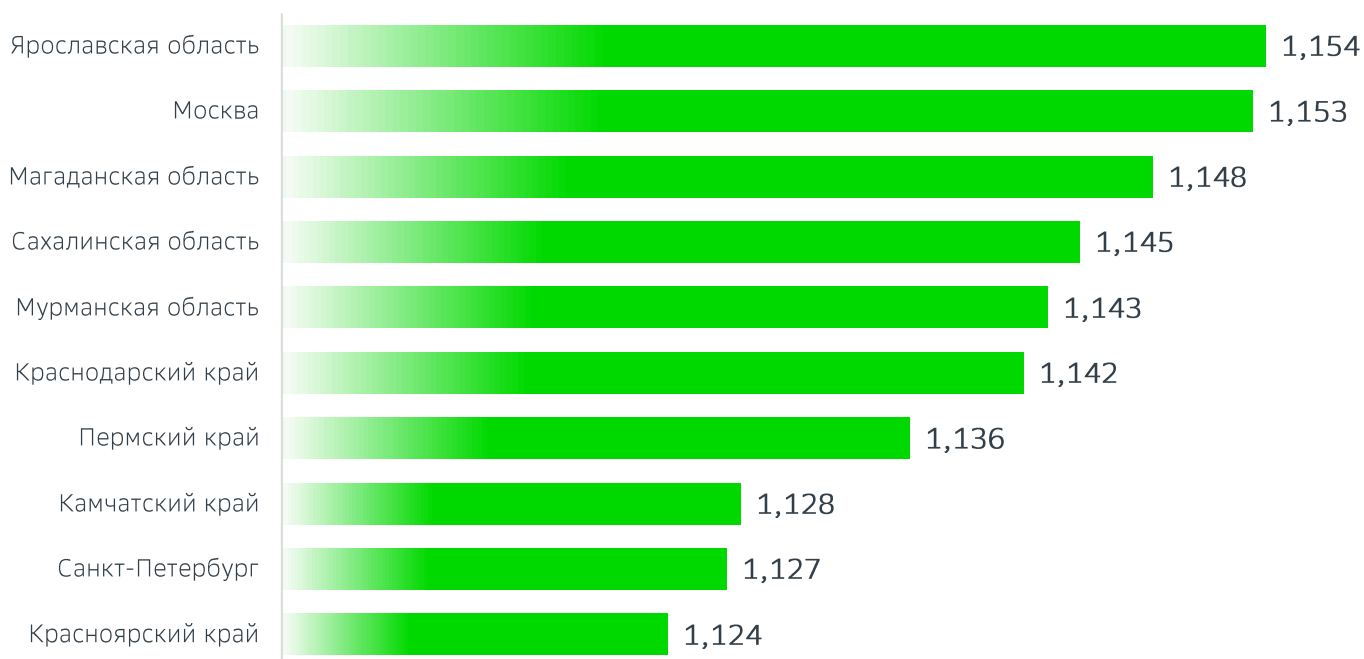
Нормированное количество клиентов с операциями за месяц



Источник: рассчитано по данным Сбера

График 4

Среднее количество покупок за неделю на клиента



Источник: рассчитано по данным Сбера

Регионы-лидеры по количеству покупок билетов в расчёте на одного клиента, совершающего такую операцию, — это Мурманская, Магаданская, Сахалинская и Ярославская области, а также Москва.

Приложение 1.

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

Категория	Декабрь	Январь	Февраль	01.03–07.03	08.03–14.03	15.03–21.03	22.03–28.03
Все категории	0,7%	0,9%	2,6%	4,2%	2,3%	2,9%	2,0%
Все товары, в т.ч.:	4,4%	8,6%	7,4%	6,6%	5,5%	2,7%	-0,2%
- продовольственные	6,6%	6,1%	5,4%	7,1%	2,9%	-6,0%	-9,6%
- непродовольственные	3,0%	9,6%	8,7%	8,4%	7,3%	8,3%	7,0%
Услуги	-16,0%	-18,4%	-13,5%	-8,0%	-11,1%	4,0%	31,2%
Duty Free	-81,2%	-84,7%	-76,8%	-79,6%	-73,8%	39,0%	466,7%
Авиабилеты	-17,2%	-74,2%	-71,3%	-66,2%	-68,9%	20,9%	255,0%
Автодилеры и автозапчасти	-2,1%	6,1%	5,7%	8,4%	н.д.	-10,4%	-21,0%
Бытовая техника и электроника	0,5%	4,6%	15,9%	26,0%	17,4%	-7,6%	8,6%
Винные магазины	0,6%	3,1%	-0,6%	5,1%	11,9%	-3,5%	-13,7%
Домашние животные	-3,2%	-3,6%	-5,9%	-6,6%	н.д.	-0,8%	-14,4%
Дорожные пошлины	-31,4%	-28,5%	-30,1%	-26,8%	-31,3%	-1,3%	19,3%
Канцтовары	-3,5%	-7,7%	-7,3%	-2,4%	-9,3%	13,8%	18,2%
Кафе, бары, рестораны	-30,3%	-24,9%	-21,6%	-16,6%	-7,6%	4,3%	56,5%
Книги, музыка, фото и видео	-22,0%	-14,5%	-16,3%	-12,7%	-16,1%	15,1%	38,3%
Компьютеры и ПО	11,9%	23,8%	20,5%	34,7%	21,8%	13,4%	-6,2%
Контрактные услуги	33,9%	31,6%	23,9%	34,5%	12,3%	-0,4%	-9,9%
Лекарства и медицинские товары	9,1%	-1,1%	-6,4%	0,0%	н.д.	0,4%	-13,2%
Локальный транспорт	-37,2%	-34,8%	-25,0%	н.д.	н.д.	3,1%	34,2%
Мебель и предметы интерьера	4,0%	6,8%	0,8%	8,9%	6,8%	4,5%	-0,3%
Медицинские услуги	3,7%	-1,7%	-0,9%	0,8%	0,0%	2,8%	23,3%

Категория	Декабрь	Январь	Февраль	01.03–07.03	08.03–14.03	15.03–21.03	22.03–28.03
Одежда, обувь и аксессуары	5,7%	13,5%	16,9%	15,7%	4,8%	8,8%	16,0%
Отели в России	-14,1%	4,1%	9,7%	7,0%	7,6%	11,0%	116,2%
Отели за рубежом	-85,3%	-91,4%	-82,3%	-88,5%	-89,0%	-70,2%	553,4%
Парковки и гаражи	н.д.	-38,0%	-33,6%	-30,3%	-17,4%	9,2%	84,4%
Продуктовые магазины	7,1%	6,3%	4,8%	7,2%	1,9%	-6,2%	-9,2%
Развлечения	-56,2%	-39,9%	-32,9%	-18,7%	-15,7%	29,5%	298,4%
Салоны красоты, массаж, SPA	-18,2%	-11,5%	-11,2%	-4,5%	-5,4%	5,6%	45,0%
Спорт	23,3%	29,8%	18,8%	27,1%	34,0%	5,8%	51,2%
Такси, каршеринг, аренда авто	-25,3%	-19,2%	-16,1%	-18,2%	-9,9%	-1,0%	24,9%
Телекомоборудование и услуги	-5,8%	-7,7%	33,4%	22,0%	19,5%	-13,6%	-2,8%
Товары для красоты и здоровья	-7,8%	-3,8%	-4,0%	2,3%	1,6%	9,8%	10,9%
Товары для строительства и ремонта	3,5%	4,9%	1,9%	5,2%	6,8%	0,7%	-16,8%
Топливо, автосервис	5,8%	7,7%	7,4%	5,9%	5,9%	-0,8%	-4,0%
Турагентства	-34,8%	-38,3%	-6,2%	38,9%	33,7%	89,8%	1012,1%
Универсальные магазины	18,5%	11,9%	16,1%	15,9%	19,3%	3,7%	0,7%
Хобби и увлечения	-1,4%	-1,1%	-0,2%	0,1%	н.д.	-3,7%	14,7%
Цветы и подарки	-0,4%	-1,7%	-5,0%	-0,4%	29,3%	11,9%	46,0%
Ювелирные изделия	-10,0%	-1,1%	-0,9%	5,6%	0,4%	7,6%	33,1%

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

Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.
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.