

Оперативная оценка потребительской активности россиян

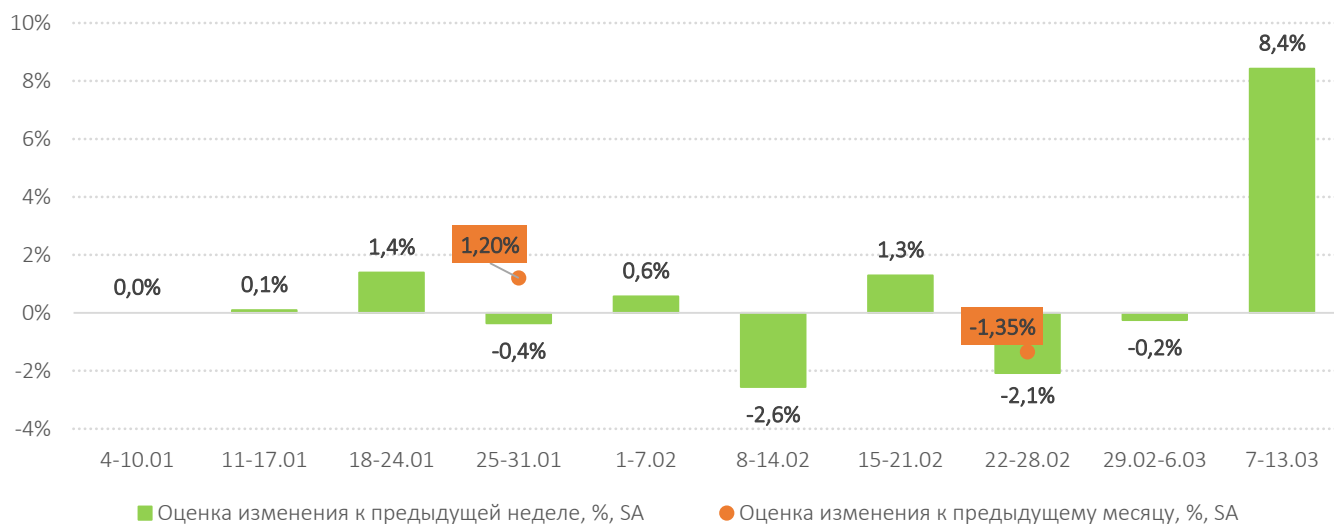
20 марта 2020

- Расходы россиян в период с 7 по 13 марта возросли на 8,4% по сравнению с началом месяца.
- По нашим оценкам, на стихийные покупки за эти семь дней было потрачено порядка 80 млрд руб.
- Фактор дня 8 Марта оказывается второстепенным; мы видим признаки устойчивого повышенного спроса в нехарактерных сегментах, в том числе и в будние дни.
- Наибольшее увеличение трат произошло в категории «Электроника и бытовая техника», где объем покупок почти на четверть выше уровней января-февраля.
- Расходы в аптеках увеличились на 7,6% по сравнению с началом года, в продуктовых магазинах и супермаркетах за рассматриваемый период — практически не изменились.
- Продажи авиабилетов и траты на отели снижаются на 33% и 27% соответственно.
- По нашей оценке, в целом потребительские расходы россиян за первые два месяца 2020 г. изменились несущественно. Статистически март наверняка улучшит картину, но вопрос будущего спроса остается открытым.

Лаборатория «СберДанные» начинает разработку серии индикаторов, которые способны с минимальной задержкой отслеживать экономические процессы. Совместно с дивизионом «Корпоративные клиенты 360» Сбербанка мы выполнили оценку колебаний потребительского спроса, и планируем публиковать оперативные данные еженедельно.

В последние две недели активизировались дискуссии о состоянии и перспективах российской экономики. К сожалению, практически все они сводятся к неподтвержденному объявлению дефицита гречки и туалетной бумаги. Проблем с этими позициями, судя по нашим данным, быть не должно. Но совершенно точно сформировался дефицит оперативных высокочастотных показателей, которые позволили бы оценивать изменения в экономике «на лету».

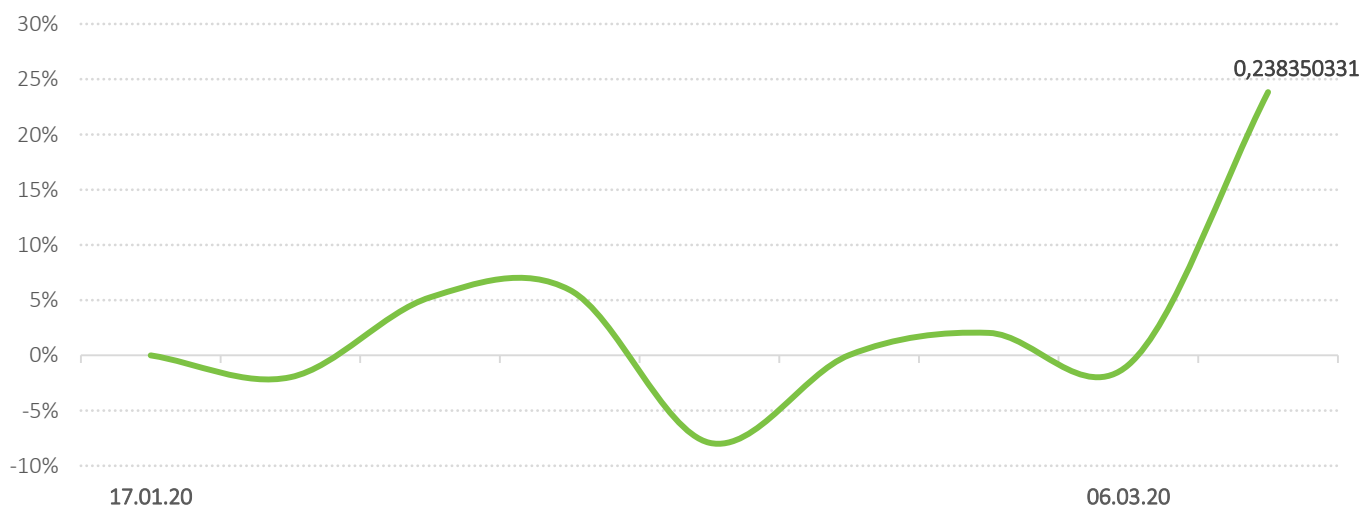
График 1. Изменение объема потребительских расходов.¹



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

В этом исследовании приведены данные о динамике расходов потребителей на товары и услуги. В период 7-13 марта 2020 г.² мы отмечаем резкий всплеск трат населения. За семь дней объем покупок возрос на 8,4% по сравнению с предыдущей неделей. Этот рост уже учитывает календарный фактор, то есть исключает традиционное увеличение потребительской активности, связанное с днем 8 Марта. В денежном выражении дополнительные расходы составили, по нашей оценке, 80,1 млрд руб.³

График 2. Динамика расходов в категории «Электроника и бытовая техника» относительно первой недели 2020 г. с исключением календарного фактора.



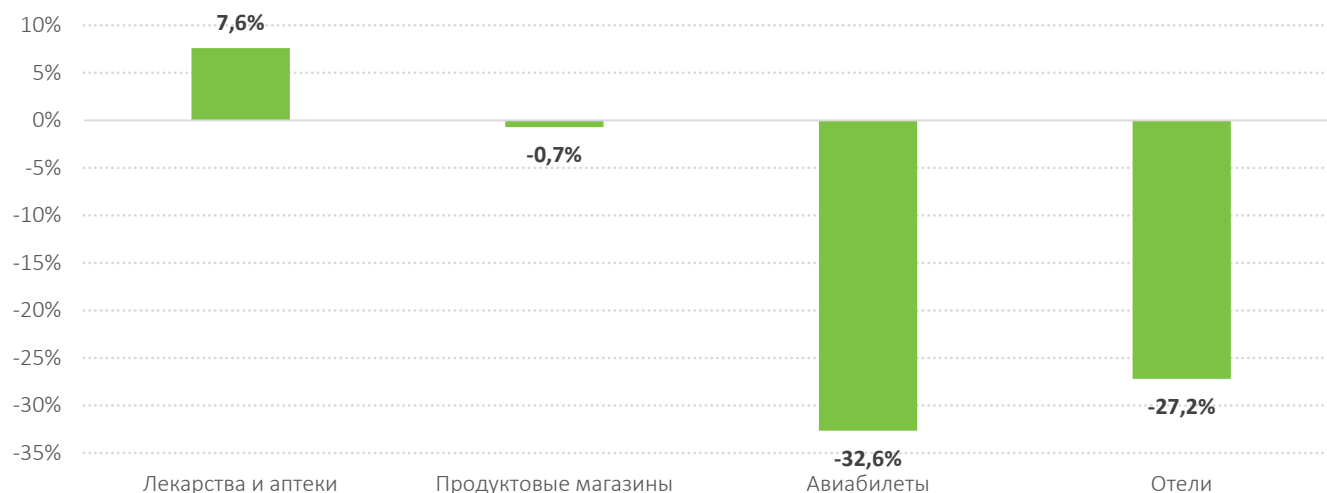
Источник: рассчитано по данным Сбербанка

¹ Оценка за первую неделю 2020 г. будет уточнена.

² Здесь и далее из практических соображений будут анализироваться смещенные недели, начинающиеся в субботу и заканчивающиеся в пятницу. Месячные оценки приведены к стандартному календарному виду.

³ Отметим, что объемы трат, на которых основывается наш анализ, больше оборота розничной торговли, т.к. включают в себя также услуги.

График 3. Изменение трат по некоторым категориям в период с 7 по 13 марта относительно первой полной недели 2020 года, %, с учетом календарного фактора.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Самый бурный рост трат при этом мы фиксируем не в аптеках и не в продуктовых магазинах. На прошлой неделе резко увеличился спрос на бытовую технику и электронику. В период с 7 по 13 марта он на четверть превышал уровни января-февраля. Отчасти, конечно, свою роль играют весенние праздники, однако это определено не единственной причиной. Даже в будние дни (10-12 марта) прирост относительно первых месяцев года остается таким же высоким. Активные закупки бытовой техники — уже наблюдавшаяся ранее реакция потребителей на снижение курса рубля.

Кроме того, заметный рост трат отмечается в аптеках. В период с 7 по 13 марта он был на 7,6% выше начала года. Это может казаться не таким существенным ростом, но соответствует дополнительным расходам — порядка двум миллиардам рублей. Расходы на бытовую технику и медицинские товары россияне отчасти финансируют, сокращая траты на поездки. Существенно просели продажи всего, что связано с туристической отраслью. Объем трат на авиабилеты сократился на треть по сравнению с началом 2020 г., пропорционально сократились и траты на отели. Что же касается пресловутых «гречки и туалетной бумаги», то за рассматриваемый период существенного изменения потребительской активности в продуктовых магазинах и супермаркетах не наблюдается. Возможно, картина изменится в ходе следующей отчетной недели.

Приложение 1. Изменение средненедельных расходов в период с 29 февраля по 13 марта 2020 г. относительно января-февраля 2020 г.

Категория трат	Изменение средних недельных расходов, %
Телевидение	68,5%
Ж/Д билеты	67,1%
Телекоммуникационное оборудование	27,1%
Бытовая техника и электроника	21,2%
Товары для красоты и здоровья	13,2%
Цифровые товары	11,4%
Ремонтные услуги	10,8%
Автозапчасти и аксессуары	9,3%
Мебель и предметы интерьера	8,3%
Ювелирные изделия	8,1%
Лекарства и медицинские товары	5,7%
Товары для строительства и ремонта/DIY	3,9%
Спорт	2,6%
Книги/Музыка/Фото/Видео	1,9%
Медицинские услуги	1,6%
Топливо/Автосервис	1,5%
Одежда, обувь и аксессуары	1,1%
Универсальные магазины	0,8%
Отели	0,3%
Винные магазины	0,3%
Продуктовые магазины	-0,2%
Салоны красоты/Массаж/SPA	-2,9%
Кафе/Бары/Рестораны	-3,6%
Телекоммуникационные услуги	-4,1%
Компьютеры и ПО	-13,7%
Duty Free	-15,8%
Такси/Лимузины	-20,7%
Авиабилеты	-23,9%
Турагенства	-43,8%
Развлечения	-70,4%

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 уровне. При анализе используются только агрегированные обезличенные данные. Идентифицировать по ним конкретных клиентов невозможно. 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».

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.