

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

12–18 апреля 2021 г.



- Сравнение динамики трат относительно уровня прошлого года (% г/г), традиционно используемое в нашем трекаре, в ближайшие два месяца будет крайне сложно интерпретировать в силу чрезвычайного влияния эффекта базы. В апреле и мае 2020 года действовали жёсткие ограничения, из-за чего потребительская часть экономики работала лишь в минимально необходимом объёме. Для более наглядного отображения текущей динамики спроса мы временно введём сравнение с фиксированным периодом февраля и первой половины марта 2020 г. (01.02.2020–15.03.2020).
- Номинальное изменение (% г/г) без корректировок. С 12 по 18 апреля 2021 г. потребительские траты росли с темпом +40,5% г/г.
- Изменение относительно средненедельных объёмов в период 01.02–15.03.2020. Потребительские расходы в период с 12 по 18 апреля 2021 г. были на 5,5% выше уровней последних допандемийных недель. Таким образом, общий объём трат, скорректированный на сезонность, обновил максимумы года.
- На прошедшей неделе наблюдался рост расходов по всем категориям, и особенно выразительно — в секторе услуг. Динамика розничного оборота ускорила до +7,5%, но это не рекорд (в первую неделю месяца показатель достигал +8,4%). А вот в сервисном секторе снижение сократилось до –1,1%, что стало лучшим постпандемийным результатом. Важно, что положительные сдвиги касаются большинства категорий этой части экономики.
- В категории «Кафе, бары и рестораны» прирост трат составил сразу 5,6 п.п. за неделю. Падение относительно периода 01.02–15.03 2020 г., таким образом, теперь «лишь» 12,4% (также с коррекцией на сезонность).
- Траты в аптеках за неделю практически не изменились (–3,8% относительно периода 01.02–15.03 2020 г.), а это неплохой опережающий индикатор.
- Индекс потребительской активности на прошедшей неделе совершил рывок вверх (+3,7 п.) и составил 75,3 пункта. Такая динамика связана с сезонностью (в середине апреля части трудящихся выплачивают бонусы), но сводный показатель однозначно говорит о здоровом режиме потребления.

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

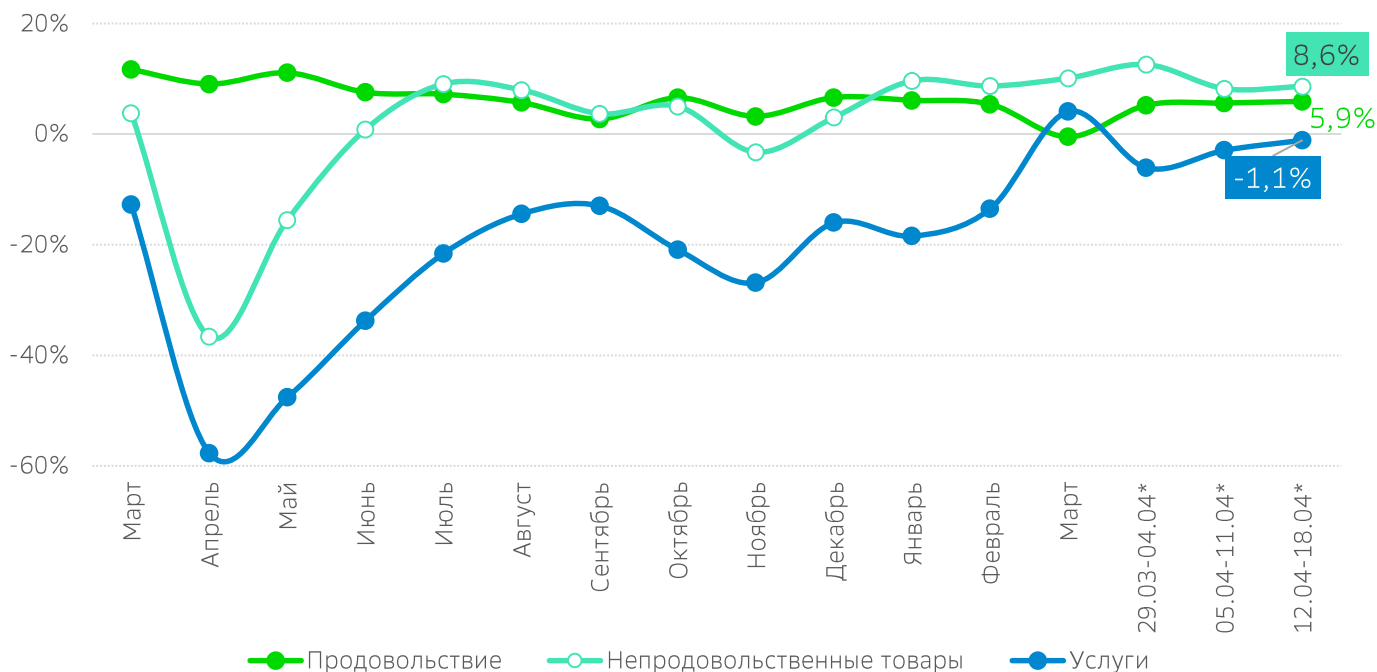


Источник: рассчитано по данным Сбера

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

Приложение 1.

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

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

Категория	Январь	Февраль	Март	29.03–04.04*	05.04–11.04*	12.04–18.04*	12.04–18.04
Все категории	0,9%	2,6%	2,0%	5,3%	5,2%	5,5%	40,5%
Все товары, в т.ч.:	8,6%	7,4%	5,9%	8,4%	7,3%	7,5%	24,3%
– продовольственные	6,1%	5,4%	-0,5%	5,2%	5,6%	5,9%	-4,5%
– непродовольственные	9,6%	8,7%	10,1%	12,6%	8,2%	8,6%	92,2%
Услуги	-18,4%	-13,5%	4,1%	-6,1%	-2,9%	-1,1%	128,9%
Duty Free	-84,7%	-76,8%	4,8%	-78,1%	-78,4%	-81,5%	2671,0%
Авиабилеты	-74,2%	-71,3%	-12,7%	-64,5%	-63,1%	-59,2%	468,7%
Автодилеры и автозапчасти	6,1%	5,7%	-2,9%	32,9%	н.д.	14,6%	104,9%
Бытовая техника и электроника	4,6%	15,9%	15,3%	33,1%	21,4%	-1,9%	71,4%
Винные магазины	3,1%	-0,6%	1,3%	1,4%	0,8%	14,8%	-13,2%
Домашние животные	-3,6%	-5,9%	-5,0%	7,1%	6,1%	4,1%	15,6%
Дорожные пошлины	-28,5%	-30,1%	-16,3%	-21,6%	-16,7%	4,8%	н.д.
Канцтовары	-7,7%	-7,3%	3,6%	-13,4%	-18,4%	н.д.	76,0%
Кафе, бары, рестораны	-24,9%	-21,6%	-0,6%	-20,9%	-18,0%	-12,4%	175,6%
Книги, музыка, фото и видео	-14,5%	-16,3%	0,5%	-12,0%	-19,1%	-25,8%	126,1%
Компьютеры и ПО	23,8%	20,5%	21,4%	30,5%	10,1%	6,0%	17,5%
Контрактные услуги	31,6%	23,9%	15,3%	54,8%	55,4%	50,8%	118,3%
Лекарства и медицинские товары	-1,1%	-6,4%	-1,6%	0,3%	-3,5%	-3,8%	12,5%
Локальный транспорт	-34,8%	-25,0%	3,5%	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
Мебель и предметы интерьера	6,8%	0,8%	6,8%	7,7%	-3,7%	-8,9%	159,3%
Медицинские услуги	-1,7%	-0,9%	4,5%	6,7%	9,3%	12,0%	171,3%

Категория	Январь	Февраль	Март	29.03–04.04*	05.04–11.04*	12.04–18.04*	12.04–18.04
Одежда, обувь и аксессуары	13,5%	16,9%	15,3%	36,5%	33,3%	30,6%	1188,7%
Отели в России	4,1%	9,7%	21,9%	13,4%	12,7%	13,7%	901,7%
Отели за рубежом	-91,4%	-82,3%	-22,1%	-57,7%	-57,2%	-61,5%	607,3%
Парковки и гаражи	-38,0%	-33,6%	-3,7%	-25,2%	н.д.	-29,1%	347,7%
Продуктовые магазины	6,3%	4,8%	-0,5%	5,7%	6,0%	6,1%	-3,7%
Развлечения	-39,9%	-32,9%	28,1%	-31,2%	-25,9%	-17,4%	404,4%
Салоны красоты, массаж, SPA	-11,5%	-11,2%	4,3%	-6,9%	-6,4%	-6,0%	553,8%
Спорт	29,8%	18,8%	27,7%	22,1%	17,1%	16,7%	551,7%
Такси, каршеринг, аренда авто	-19,2%	-16,1%	-6,4%	-20,8%	-20,0%	-1,2%	121,7%
Телекомоборудование и услуги	-7,7%	33,4%	9,7%	15,2%	-1,8%	-8,2%	28,6%
Товары для красоты и здоровья	-3,8%	-4,0%	5,9%	-19,2%	-22,3%	-21,4%	158,6%
Товары для строительства и ремонта	4,9%	1,9%	2,1%	16,3%	16,1%	29,1%	29,1%
Топливо, автосервис	7,7%	7,4%	3,3%	5,8%	8,5%	8,2%	47,6%
Турагентства	-38,3%	-6,2%	156,6%	82,4%	60,0%	63,3%	2715,9%
Универсальные магазины	11,9%	16,1%	12,8%	13,5%	10,2%	12,9%	20,3%
Хобби и увлечения	-1,1%	-0,2%	0,3%	-4,9%	7,3%	5,8%	80,6%
Цветы и подарки	-1,7%	-5,0%	16,8%	-20,5%	-21,5%	н.д.	н.д.
Ювелирные изделия	-1,1%	-0,9%	8,6%	н.д.	н.д.	-1,0%	963,9%

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.