

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

23–29 ноября 2020 г.

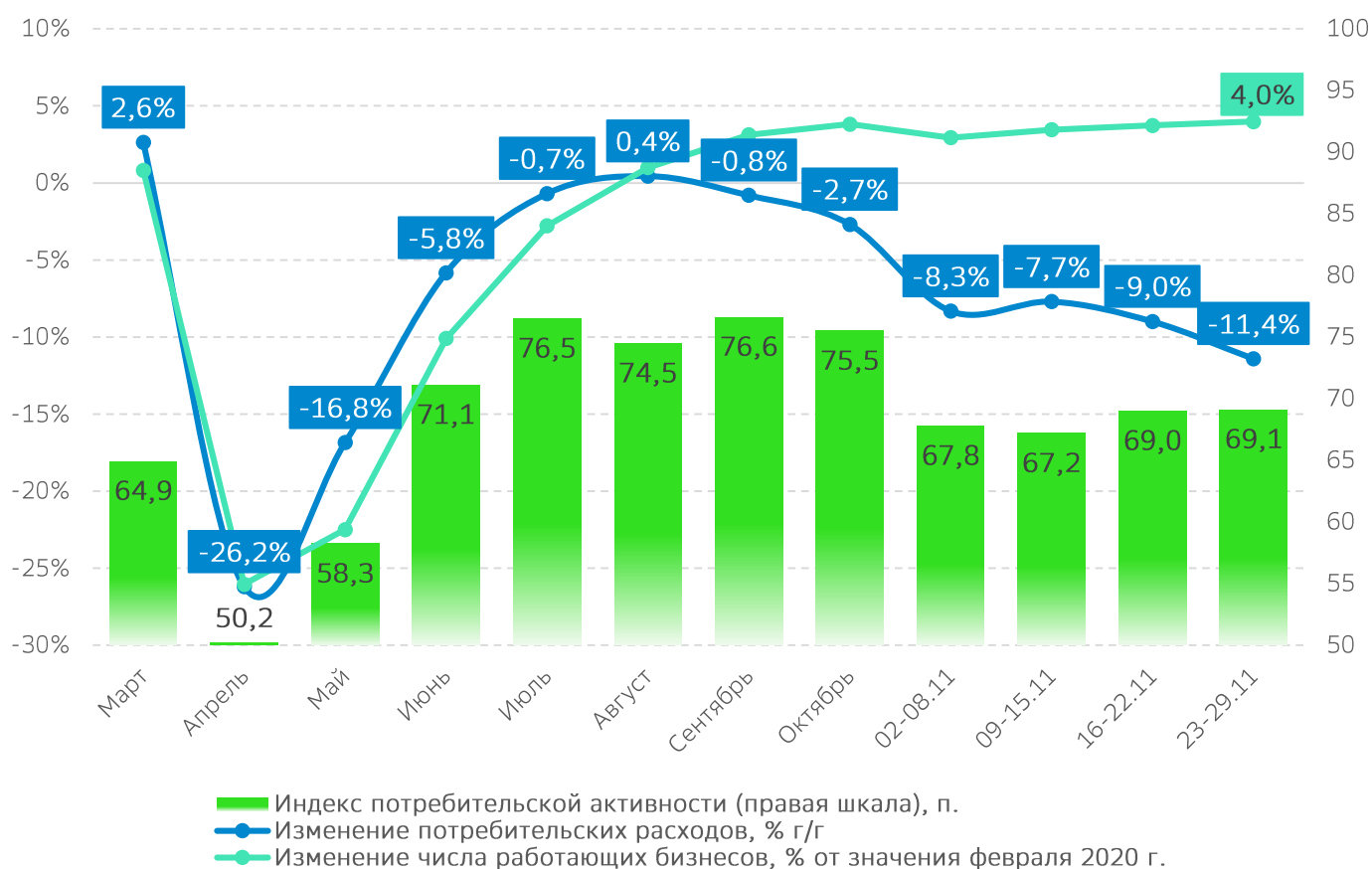
- В период с 23 по 29 ноября динамика потребительских расходов не продемонстрировала улучшений. Изменение составило $-11,4\%$ г/г после снижения на $9,0\%$ г/г неделей ранее.
- Ускорение падения на 2,4 п.п. относительно предыдущей недели связано с фактором «чёрной пятницы». Распродажи прошли ожидаемо слабо; их вклад в снижение расходов оставил порядка 2 п.п.
- Ухудшение сфокусировано в непродовольственной рознице ($-9,0\%$ г/г после $-4,8\%$ г/г неделей ранее). Это также преимущественно связано со слабой «чёрной пятницей».
- Всплеск спроса, спровоцированный распродажами, наблюдался во всех традиционных категориях, но объём дополнительных расходов был на 40% ниже, чем в 2019 г.
- Рост покупок относительно обычной пятницы ноября в категории «Бытовая техника и электроника» составил в этом году 20% против 48% годом ранее, в сегменте «Одежда, обувь и аксессуары» — 18% против 25% в 2019 г.
- Индекс потребительской активности, который рассчитывается на [SberIndex.ru](https://sberindex.ru), находится ниже 70 пунктов (69,1 п.); потребитель продолжает пребывать «в спячке».
- Количество активных торговых точек при этом оказалось максимальным в 2020 г. (+4,0% к уровням февраля) на фоне попыток бизнеса участвовать в распродажах.

- В целом предварительная оценка изменения потребительских расходов на товары и услуги в ноябре составляет $-9,9\%$ г/г. Таким образом, этот месяц окажется третьим по глубине снижения в 2020 г. Хуже были только апрель ($-26,2\%$ г/г) и май ($-16,8\%$ г/г).

Лаборатория СберИндекс и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса.

График 1

Динамика расходов на товары и услуги, количество активных торгово-сервисных точек и индекс потребительской активности¹

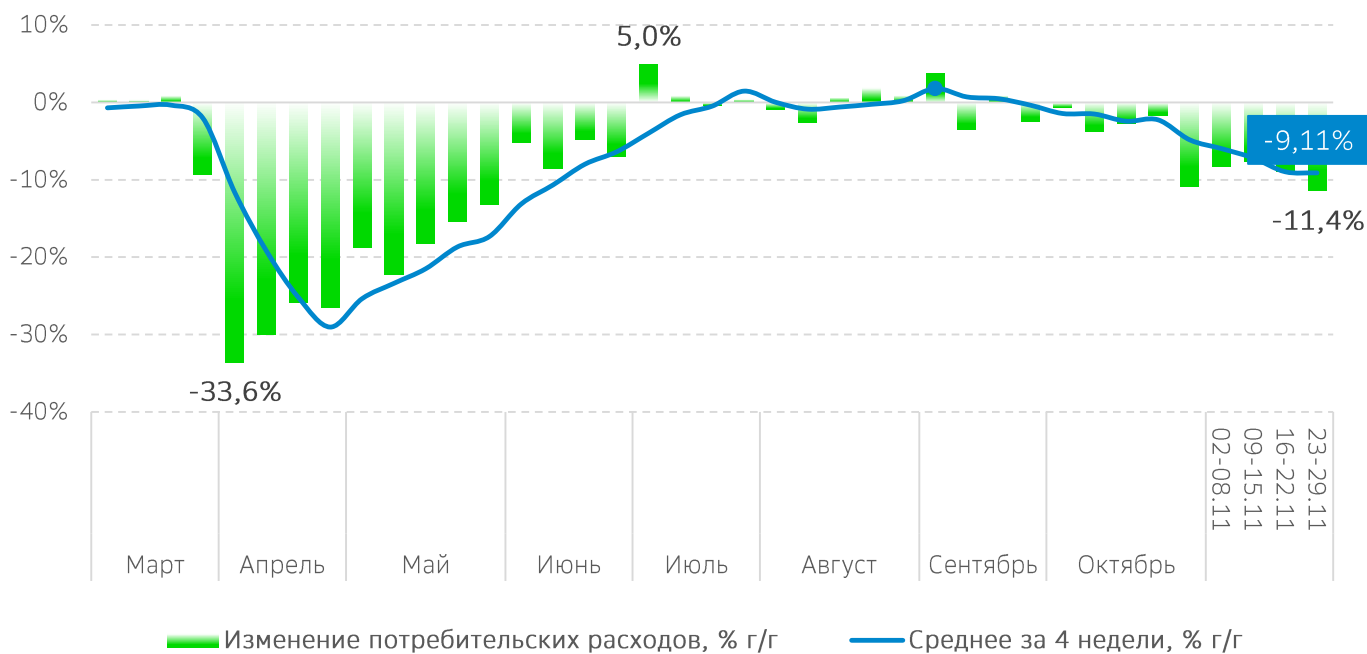


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

¹ Подробнее об индексе потребительской активности см. на SberIndex.ru.

График 2

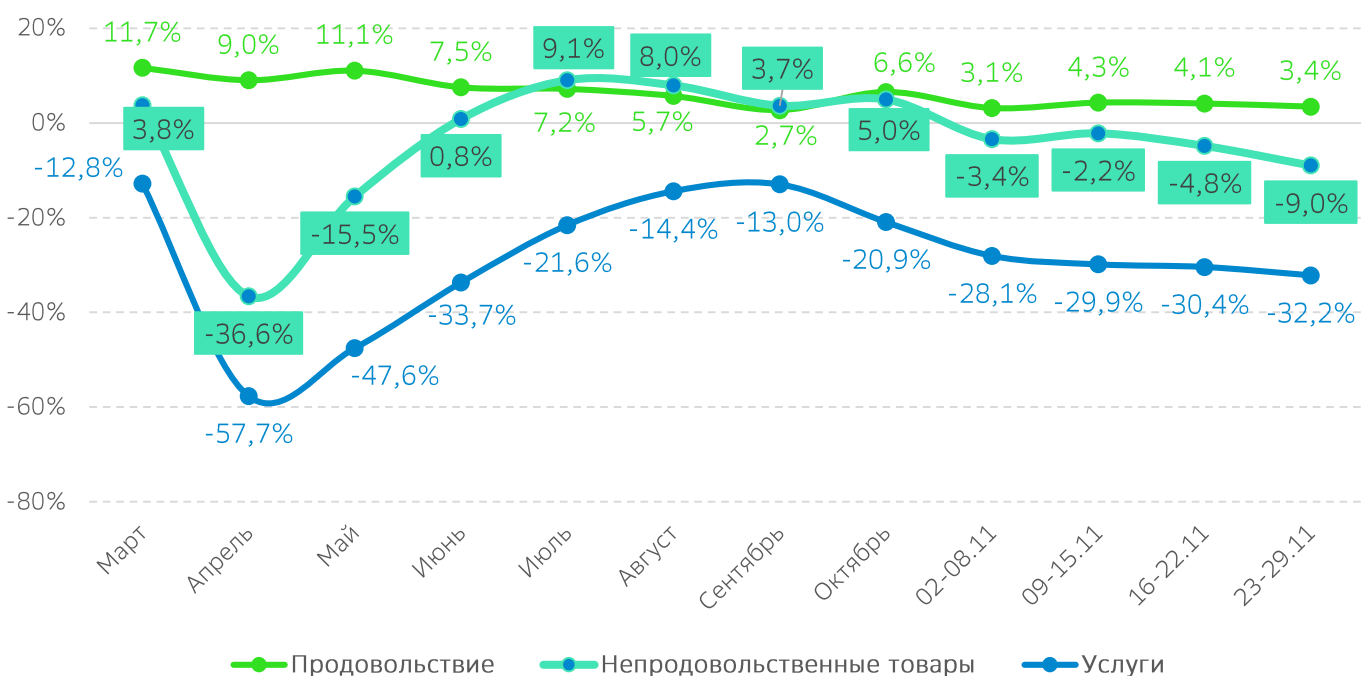
Понедельная динамика расходов населения на товары и услуги



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 3

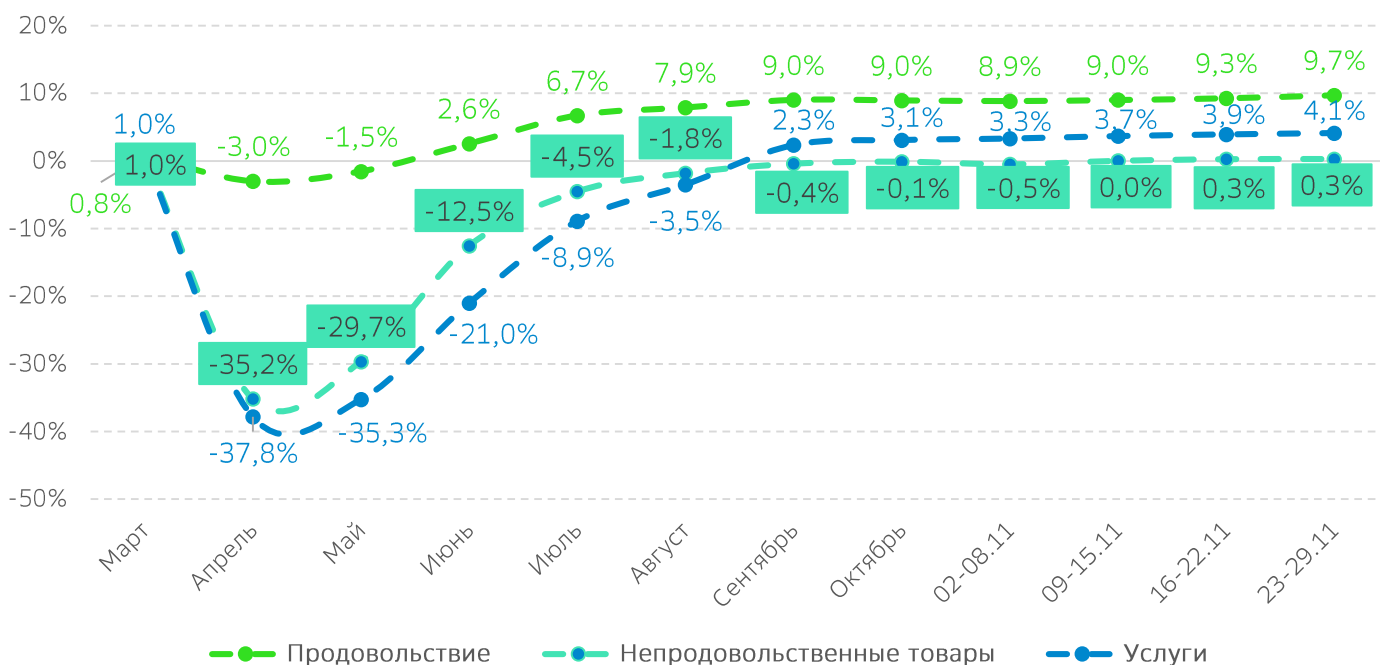
Изменение расходов в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 4

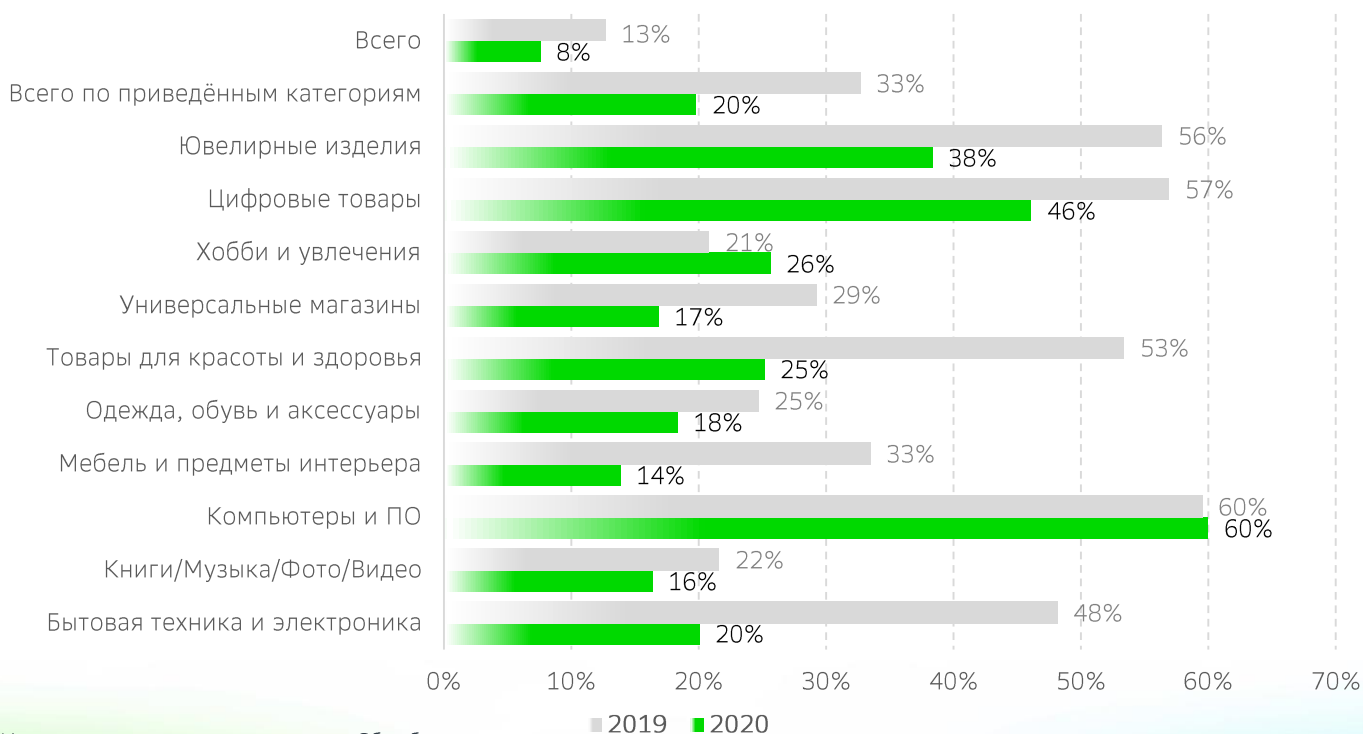
Изменение количества активных торгово-сервисных точек в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 5

Изменение объёмов трат в дни распродаж «чёрной пятницы» относительно средних объёмов обычной недели ноября, %²



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

² Рассматриваются три дня с четверга по субботу включительно.

Приложение 1

Изменение расходов относительно сопоставимого периода 2019 г., %, SA

Категория	Август	Сентябрь	Октябрь	02.11-08.11	09.11-15.11	16.11-22.11	23.11-29.11
Все категории	0,4%	-0,8%	-2,7%	-8,3%	-7,7%	-9,0%	-11,4%
Продовольственные товары	5,7%	2,7%	6,6%	3,1%	4,3%	4,1%	3,4%
Непродовольственные товары	8,0%	3,7%	5,0%	-3,4%	-2,2%	-4,8%	-9,0%
Услуги	-14,4%	-13,0%	-20,9%	-28,1%	-29,9%	-30,4%	-32,2%
Duty Free	-62,4%	-71,1%	-62,9%	-79,0%	-80,1%	-78,1%	-76,9%
Авиабилеты	-40,4%	-40,0%	-49,6%	-53,4%	-59,9%	-56,8%	-59,7%
Автодилеры	2,0%	-1,8%	-7,8%	-18,1%	-5,1%	-8,6%	-15,2%
Автозапчасти и аксессуары	6,9%	7,5%	1,3%	2,2%	16,7%	12,4%	1,8%
Бытовая техника и электроника	27,9%	19,2%	10,7%	6,6%	18,4%	8,7%	-5,8%
Винные магазины	1,8%	-2,4%	3,8%	3,1%	-1,6%	-1,2%	-0,3%
Домашние животные	2,1%	-3,0%	0,2%	-7,2%	-0,5%	-2,0%	-1,7%
Дорожные пошлины	-7,0%	-15,8%	-19,9%	-32,7%	-35,3%	-37,0%	-38,3%
Канцтовары	-1,3%	-6,1%	-8,3%	-18,2%	-12,8%	-14,4%	-14,2%
Кафе, рестораны	-22,2%	-23,7%	-29,6%	-30,3%	-36,1%	-38,1%	-36,1%
Книги, музыка, фото и видео	-9,1%	-9,6%	-14,4%	-32,2%	-36,5%	-37,5%	-37,6%
Компьютеры и ПО	74,4%	61,2%	46,9%	42,2%	62,4%	59,2%	48,1%
Контрактные услуги	9,9%	22,0%	28,9%	44,4%	33,2%	22,0%	19,9%
Лекарства и медицинские товары	7,9%	3,7%	19,9%	23,1%	22,6%	17,4%	14,4%
Локальный транспорт	-25,4%	-22,7%	-30,3%	-38,6%	-43,6%	-43,4%	-44,3%
Мебель и предметы интерьера	8,7%	4,9%	7,4%	1,1%	6,9%	5,0%	-1,7%
Медицинские услуги	11,4%	13,3%	7,6%	3,1%	-3,0%	-7,5%	-4,0%
Одежда, обувь и аксессуары	11,4%	7,4%	0,9%	-16,9%	-5,4%	-8,4%	-19,3%

Категория	Август	Сентябрь	Октябрь	02.11-08.11	09.11-15.11	16.11-22.11	23.11-29.11
Отели	-53,2%	-57,9%	-64,5%	-72,6%	-80,8%	-77,0%	-76,1%
Парковки и гаражи	0,1%	7,2%	8,8%	-1,3%	-11,3%	-13,0%	-14,3%
Продуктовые магазины	5,9%	0,1%	6,7%	3,1%	4,7%	4,5%	3,7%
Развлечения	-39,7%	-46,1%	-61,5%	-63,4%	-68,5%	-69,2%	-71,8%
Ремонтные услуги	-23,3%	-22,4%	-24,5%	-29,4%	-31,5%	-31,4%	-29,2%
Салоны красоты, массаж, SPA	-19,8%	-21,4%	-21,4%	-28,9%	-31,8%	-32,3%	-29,9%
Спорт	1,0%	-9,3%	-3,7%	-14,6%	-5,0%	-7,8%	-14,5%
Такси, каршеринг, аренда авто	-4,2%	1,8%	-9,4%	-24,3%	-24,4%	-23,3%	-24,9%
Телекоммуникационные услуги	22,5%	20,5%	20,1%	-2,2%	-9,5%	-8,8%	-29,4%
Товары для красоты и здоровья	2,0%	-6,5%	-0,3%	-9,4%	-3,4%	-22,1%	-22,8%
Товары для строительства и ремонта	1,3%	-3,6%	1,1%	-2,2%	-1,8%	-2,0%	-0,6%
Топливо, автосервис	-0,7%	-4,4%	-5,0%	-15,7%	-18,4%	-20,5%	-20,2%
Турагентства	-35,1%	-33,7%	-31,5%	-14,5%	-26,2%	-16,9%	-8,9%
Универсальные магазины	21,3%	25,5%	14,6%	10,8%	-4,9%	14,2%	11,8%
Хобби и увлечения	2,3%	-4,6%	-0,2%	-10,1%	0,8%	-2,9%	-6,4%
Цветы и подарки	2,1%	-1,9%	-5,0%	-12,0%	-13,3%	-44,7%	н.д.
Цифровые товары	-17,6%	-5,7%	2,3%	-18,3%	6,8%	-4,8%	-15,3%
Ювелирные изделия	-9,3%	-11,0%	-5,5%	-6,9%	-9,5%	-14,2%	-16,4%

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 уровне. 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.