

# Оперативная оценка динамики потребительских расходов



19–25 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 19 по 25 апреля 2021 г. потребительские траты росли с темпом +36,9% г/г.
- Изменение относительно средненедельных объёмов в период 01.02–15.03 2020 г. Потребительские расходы в период с 19 по 25 апреля 2021 г. были на 5,1% выше уровней последних допандемийных недель. Отмечается некоторое замедление спроса относительно предшествующей недели (–0,4 п.п. к 12–18 апреля), которое, судя по структуре трат, связано преимущественно с погодным фактором.
- Несколько сократились расходы в сервисном сегменте (–2,7% относительно базового периода против –1,1% недель ранее) — главным образом из-за снижения трат в категории «Кафе, бары и рестораны» (–17,5%). Как раз здесь могло сказаться похолодание.
- При этом отметим очень хорошую динамику в сегменте «Отели в России». Рост относительно базового периода достиг +25,9% против +13,7% недель ранее. Очевидно, россияне начали активнее планировать отдых в начале мая в связи с дополнительными нерабочими днями.
- В продовольственной рознице изменения незначительны (+5,6%), в непродовольственном сегменте заметно сократились траты в сегменте «Одежда, обувь и аксессуары» (+20,2% после +30,6% недель ранее). Здесь, вероятно, тоже сказалась погода.
- Индекс потребительской активности на прошедшей неделе чуть отступил от максимумов года и составил 73,5 пункта.

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

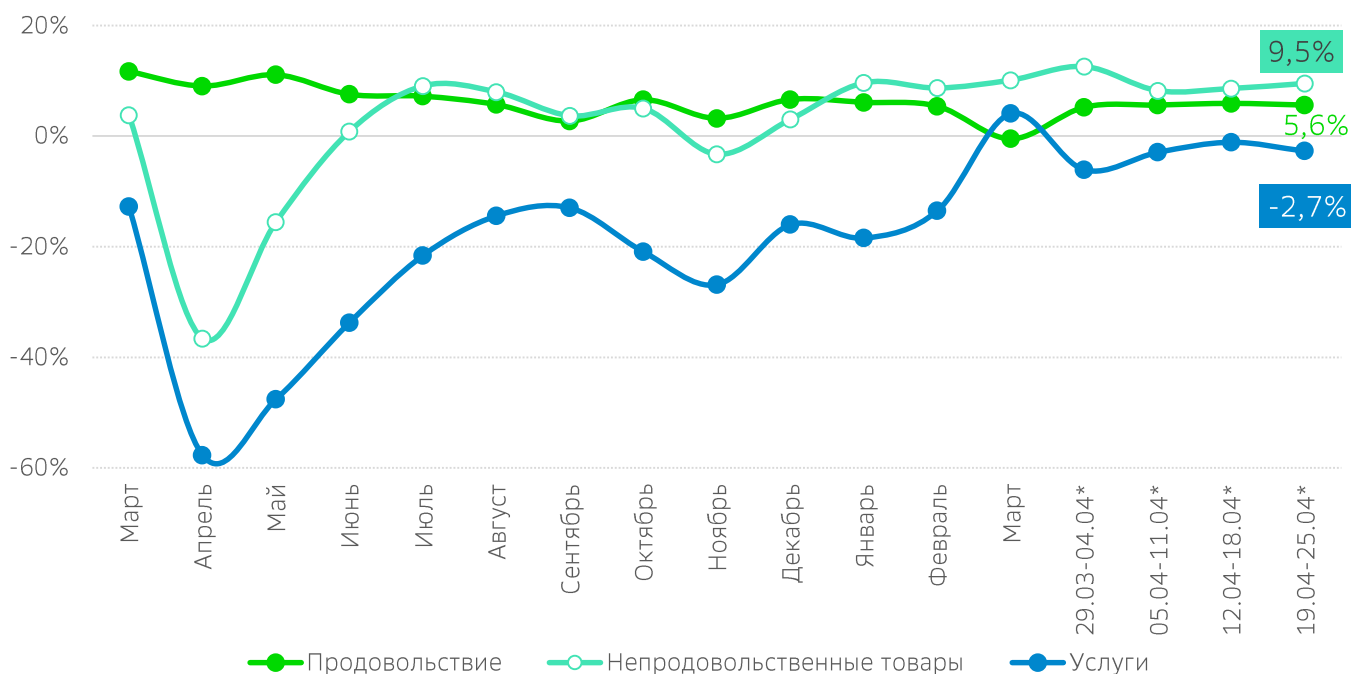


Источник: рассчитано по данным Сбера

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

Категория	Январь	Февраль	Март	05.04-11.04*	12.04-18.04*	19.04-25.04*	19.04-25.04
<b>Все категории</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>5,2%</b>	<b>5,5%</b>	<b>5,1%</b>	<b>36,9%</b>
<b>Все товары, в т.ч.:</b>	<b>8,6%</b>	<b>7,4%</b>	<b>5,9%</b>	<b>7,3%</b>	<b>7,5%</b>	<b>8,1%</b>	<b>18,4%</b>
– продовольственные	6,1%	5,4%	-0,5%	5,6%	5,9%	5,6%	-3,1%
– непродовольственные	9,6%	8,7%	10,1%	8,2%	8,6%	9,5%	59,4%
<b>Услуги</b>	<b>-18,4%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>4,1%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>100,6%</b>
Duty Free	-84,7%	-76,8%	4,8%	-78,4%	-81,5%	-80,0%	2561,8%
Авиабилеты	-74,2%	-71,3%	-12,7%	-63,1%	-59,2%	-59,3%	450,3%
Автодилеры и автозапчасти	6,1%	5,7%	-2,9%	н.д.	54,6%	52,2%	80,3%
Бытовая техника и электроника	4,6%	15,9%	15,3%	21,4%	14,8%	20,8%	48,4%
Винные магазины	3,1%	-0,6%	1,3%	0,8%	4,1%	0,5%	-24,0%
Домашние животные	-3,6%	-5,9%	-5,0%	6,1%	4,8%	3,1%	3,7%
Дорожные пошлины	-28,5%	-30,1%	-16,3%	-16,7%	н.д.	-9,3%	141,5%
Канцтовары	-7,7%	-7,3%	3,6%	-18,4%	-21,6%	-21,9%	51,5%
Кафе, бары, рестораны	-24,9%	-21,6%	-0,6%	-18,0%	-12,4%	-17,5%	166,7%
Книги, музыка, фото и видео	-14,5%	-16,3%	0,5%	-19,1%	-25,8%	-20,3%	76,9%
Компьютеры и ПО	23,8%	20,5%	21,4%	10,1%	6,0%	3,4%	3,7%
Контрактные услуги	31,6%	23,9%	15,3%	55,4%	50,8%	59,6%	42,9%
Лекарства и медицинские товары	-1,1%	-6,4%	-1,6%	-3,5%	-3,8%	-5,5%	8,7%
Локальный транспорт	-34,8%	-25,0%	3,5%	н.д.	н.д.	н.д.	121,8%
Мебель и предметы интерьера	6,8%	0,8%	6,8%	-3,7%	-8,9%	-1,5%	120,4%
Медицинские услуги	-1,7%	-0,9%	4,5%	9,3%	12,0%	7,0%	130,4%

27 апреля 2021 г.

Категория	Январь	Февраль	Март	05.04–11.04*	12.04–18.04*	10.04–25.04*	19.04–25.04
Одежда, обувь и аксессуары	13,5%	16,9%	15,3%	33,3%	30,6%	20,2%	813,4%
Отели в России	4,1%	9,7%	21,9%	12,7%	13,7%	25,9%	823,9%
Отели за рубежом	-91,4%	-82,3%	-22,1%	-57,2%	-61,5%	-55,3%	871,6%
Парковки и гаражи	-38,0%	-33,6%	-3,7%	н.д.	-29,1%	-26,8%	267,1%
Продуктовые магазины	6,3%	4,8%	-0,5%	6,0%	6,1%	6,0%	-1,0%
Развлечения	-39,9%	-32,9%	28,1%	-25,9%	-17,4%	-29,3%	359,0%
Салоны красоты, массаж, SPA	-11,5%	-11,2%	4,3%	-6,4%	-6,0%	-5,4%	408,7%
Спорт	29,8%	18,8%	27,7%	17,1%	16,7%	13,3%	330,6%
Такси, каршеринг, аренда авто	-19,2%	-16,1%	-6,4%	-20,0%	-1,2%	-15,7%	114,5%
Телеком-оборудование и услуги	-7,7%	33,4%	9,7%	-1,8%	-8,2%	-1,9%	24,4%
Товары для красоты и здоровья	-3,8%	-4,0%	5,9%	-22,3%	-21,4%	-20,6%	119,9%
Товары для строительства и ремонта	4,9%	1,9%	2,1%	16,1%	29,1%	46,1%	26,0%
Топливо, автосервис	7,7%	7,4%	3,3%	8,5%	8,2%	11,7%	37,0%
Турагентства	-38,3%	-6,2%	156,6%	60,0%	63,3%	51,3%	1820,7%
Универсальные магазины	11,9%	16,1%	12,8%	10,2%	12,9%	12,6%	-18,3%
Хобби и увлечения	-1,1%	-0,2%	0,3%	7,3%	5,8%	-2,6%	40,0%
Цветы и подарки	-1,7%	-5,0%	16,8%	-21,5%	н.д.	-15,7%	85,2%
Ювелирные изделия	-1,1%	-0,9%	8,6%	н.д.	-1,0%	-20,2%	769,9%

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

При публикации материалов проекта ссылка  
на СберИндекс обязательна.  
Контакты: [media@sberbank.ru](mailto: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.