

# Оперативная оценка динамики потребительских расходов

8–14 марта 2021 г.



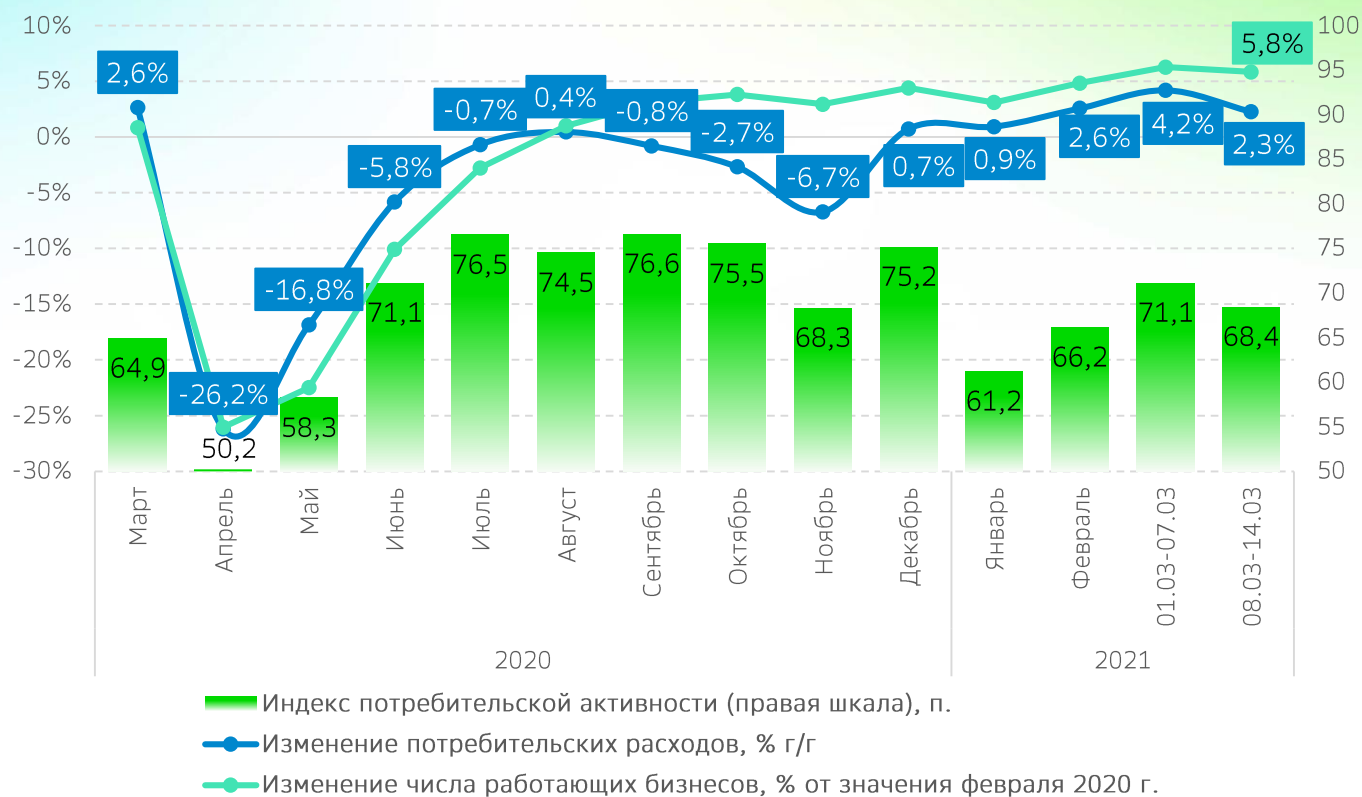
- С 8 по 14 марта потребительская активность оказалась ниже начала месяца ввиду короткой рабочей недели. Потребительские траты росли с темпом +2,3% г/г после +4,2% г/г недель ранее.
- Небольшое замедление произошло по всем основным индикаторам, которые мы отслеживаем. Помимо собственно расходов, сократился и индекс потребительской активности (с 71,1 до 68,4 п.), и количество активных торговых точек (на 0,5% по сравнению с первой неделей месяца).
- Такая динамика связана главным образом с календарным фактором. Дело в том, что формально 8 марта выпало на прошлую неделю (понедельник), но основная часть празднования состоялась в пятницу и выходные предшествующей недели — 5–7 марта. В выходной понедельник же россияне, по всей видимости, предпочли просто остаться дома.
- При этом некоторые «следы» празднования на прошлой неделе остаются. Отмечается единичный всплеск трат на алкоголь (+11,9% г/г) и цветы (+29,3% г/г).
- Объём номинальных расходов тем не менее при всех оговорках остаётся выше значений 2020 года. На фоне улучшений на рынке труда, а также инфляционного фактора замедление последней недели представляется скорее отклонением от нормальных, более высоких значений.
- Уже на следующей неделе траты с высокой вероятностью нормализуются. Ожидать ускорения можно хотя бы ввиду нехарактерно низкого прироста трат на продукты по итогам прошедших семи дней (+2,9% г/г).

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.

15 марта 2021 г.

График 1

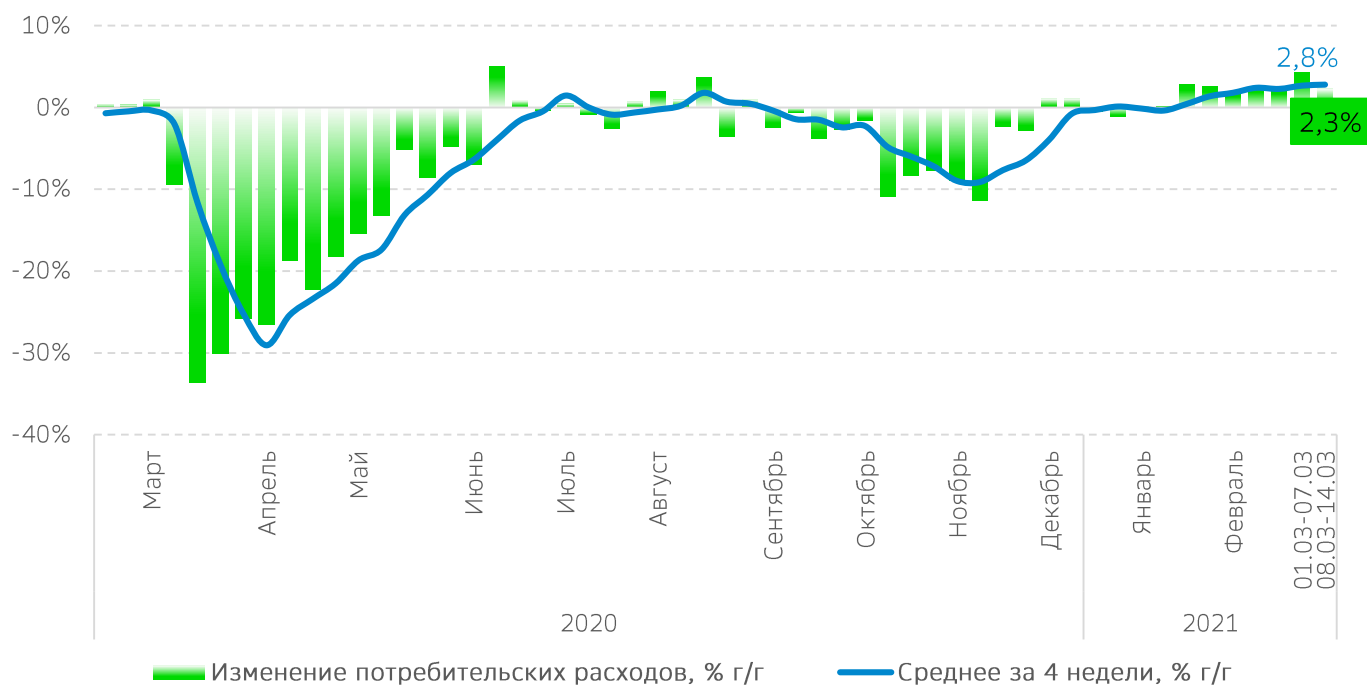
## Динамика расходов на товары и услуги



Источник: рассчитано по данным Сбера

График 2

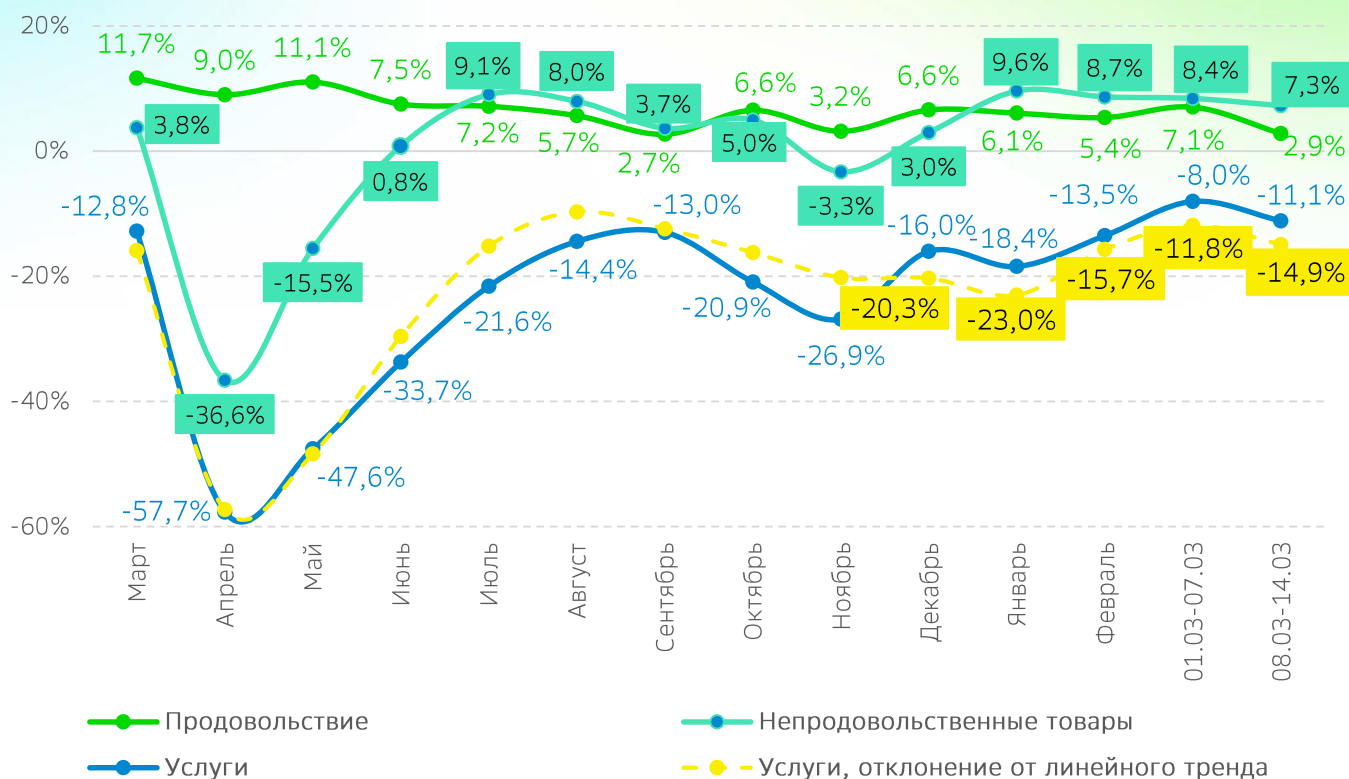
## Понедельная динамика расходов населения на товары и услуги



Источник: рассчитано по данным Сбера

График 3

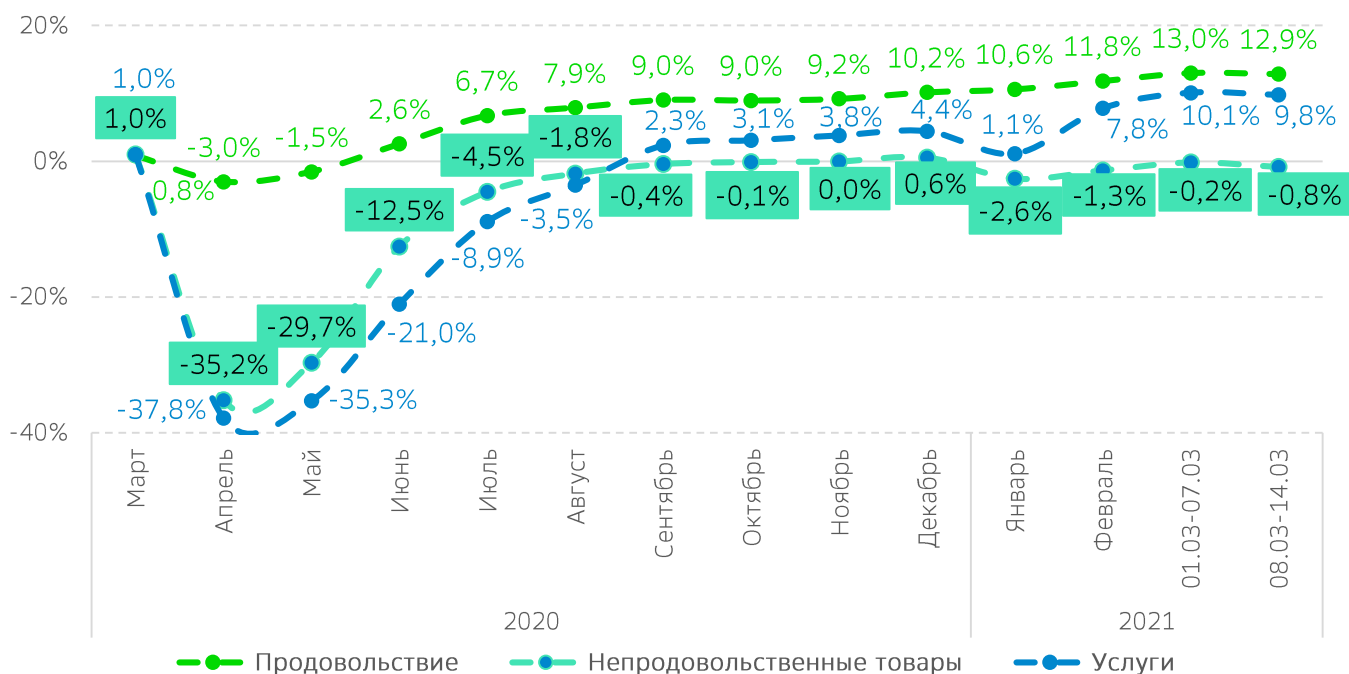
## Изменение расходов в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбера

График 4

## Количество активных торговых-сервисных точек (активных бизнесов) в разрезе основных категорий трат



Источник: рассчитано по данным Сбера

15 марта 2021 г.

Приложение 1.

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

Категория	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	01.03–07.03	08.03–14.03
<b>Все категории</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-6,7%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>4,2%</b>	<b>2,3%</b>
<b>Все товары, в т.ч.:</b>	<b>5,7%</b>	<b>1,9%</b>	<b>4,4%</b>	<b>8,6%</b>	<b>7,4%</b>	<b>6,6%</b>	<b>5,5%</b>
<b>- продовольственные</b>	<b>6,6%</b>	<b>3,2%</b>	<b>6,6%</b>	<b>6,1%</b>	<b>5,4%</b>	<b>7,1%</b>	<b>2,9%</b>
<b>- непродовольственные</b>	<b>5,0%</b>	<b>-3,3%</b>	<b>3,0%</b>	<b>9,6%</b>	<b>8,7%</b>	<b>8,4%</b>	<b>7,3%</b>
<b>Услуги</b>	<b>-20,9%</b>	<b>-26,9%</b>	<b>-16,0%</b>	<b>-18,4%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-8,0%</b>	<b>-11,1%</b>
Duty Free	-62,9%	-78,7%	-81,2%	-84,7%	-76,8%	-79,6%	-73,8%
Авиабилеты	-49,6%	-50,9%	-17,2%	-74,2%	-71,3%	-66,2%	-68,9%
Автодилеры и автозапчасти	-2,0%	-0,6%	-2,1%	6,1%	5,7%	8,4%	н.д.
Бытовая техника и электроника	10,7%	4,6%	0,5%	4,6%	15,9%	26,0%	17,4%
Винные магазины	3,8%	-1,8%	0,6%	3,1%	-0,6%	5,1%	11,9%
Домашние животные	0,2%	-2,5%	-3,2%	-3,6%	-5,9%	-6,6%	н.д.
Дорожные пошлины	-19,9%	-33,5%	-31,4%	-28,5%	-30,1%	-26,8%	-31,3%
Канцтовары	-8,3%	-10,0%	-3,5%	-7,7%	-7,3%	-2,4%	-9,3%
Кафе, бары, рестораны	-29,6%	-33,1%	-30,3%	-24,9%	-21,6%	-16,6%	-7,6%
Книги, музыка, фото и видео	-14,4%	-32,5%	-22,0%	-14,5%	-16,3%	-12,7%	-16,1%
Компьютеры и ПО	46,9%	73,5%	11,9%	23,8%	20,5%	34,7%	21,8%
Контрактные услуги	28,9%	36,1%	33,9%	31,6%	23,9%	34,5%	12,3%
Лекарства и медицинские товары	19,9%	19,3%	9,1%	-1,1%	-6,4%	0,0%	н.д.
Локальный транспорт	-30,3%	-38,3%	-37,2%	-34,8%	-25,0%	н.д.	н.д.
Мебель и предметы интерьера	7,4%	5,6%	4,0%	6,8%	0,8%	8,9%	6,8%
Медицинские услуги	7,6%	2,0%	3,7%	-1,7%	-0,9%	0,8%	0,0%

Категория	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	01.03–07.03	08.03–14.03
Одежда, обувь и аксессуары	0,9%	-10,2%	5,7%	13,5%	16,9%	15,7%	4,8%
Отели в России	-4,5%	-17,6%	-14,1%	4,1%	9,7%	7,0%	7,6%
Отели за рубежом	-96,0%	-96,2%	-85,3%	-91,4%	-82,3%	-88,5%	-89,0%
Парковки и гаражи	8,8%	-1,9%	н.д.	-38,0%	-33,6%	-30,3%	-17,4%
Продуктовые магазины	6,7%	5,8%	7,1%	6,3%	4,8%	7,2%	1,9%
Развлечения	-61,5%	-66,1%	-56,2%	-39,9%	-32,9%	-18,7%	-15,7%
Салоны красоты, массаж, SPA	-21,4%	-27,2%	-18,2%	-11,5%	-11,2%	-4,5%	-5,4%
Спорт	-3,7%	-4,9%	23,3%	29,8%	18,8%	27,1%	34,0%
Такси, каршеринг, аренда авто	-9,4%	-21,0%	-25,3%	-19,2%	-16,1%	-18,2%	-9,9%
Телекомоборудование и услуги	20,1%	-5,2%	-5,8%	-7,7%	33,4%	22,0%	19,5%
Товары для красоты и здоровья	-0,3%	-11,5%	-7,8%	-3,8%	-4,0%	2,3%	1,6%
Товары для строительства и ремонта	1,1%	-1,2%	3,5%	4,9%	1,9%	5,2%	6,8%
Топливо, автосервис	-5,0%	-16,1%	5,8%	7,7%	7,4%	5,9%	5,9%
Турагентства	-31,5%	-3,3%	-34,8%	-38,3%	-6,2%	38,9%	33,7%
Универсальные магазины	14,6%	10,5%	18,5%	11,9%	16,1%	15,9%	19,3%
Хобби и увлечения	-0,2%	-2,4%	-1,4%	-1,1%	-0,2%	0,1%	н.д.
Цветы и подарки	-5,0%	-7,8%	-0,4%	-1,7%	-5,0%	-0,4%	29,3%
Ювелирные изделия	-5,5%	-8,6%	-10,0%	-1,1%	-0,9%	5,6%	0,4%

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](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.