

Оперативная оценка динамики потребительских расходов



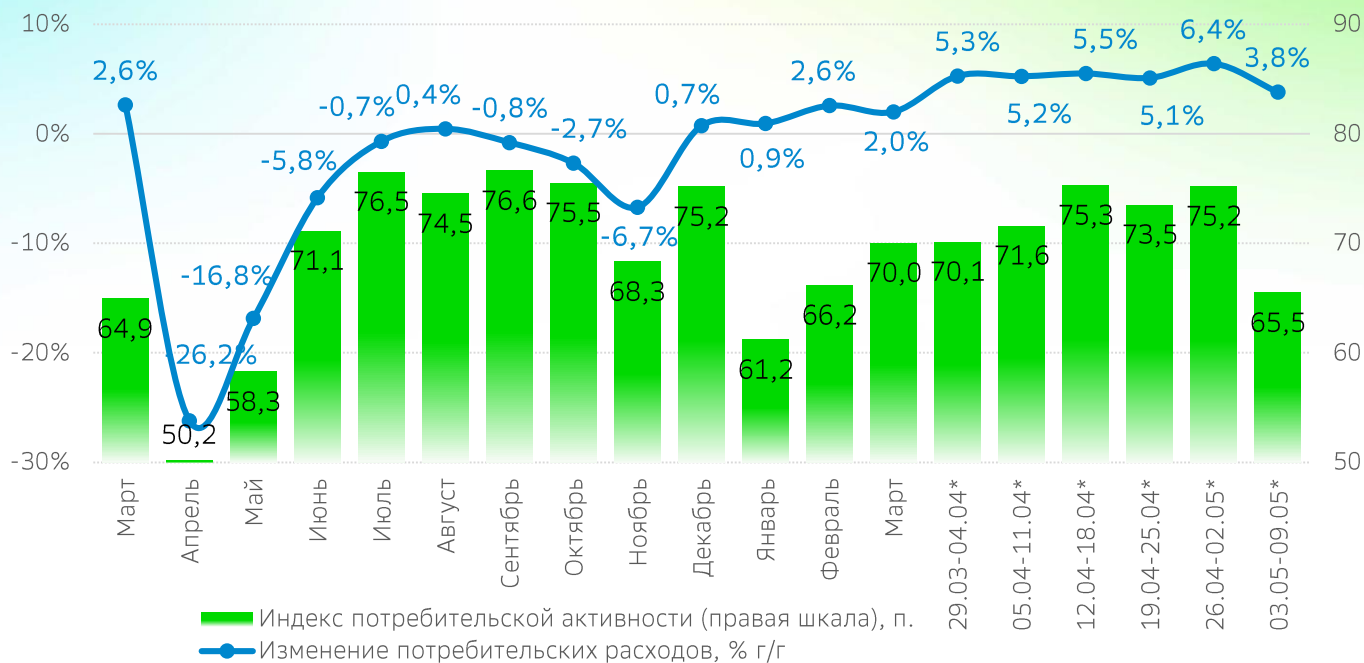
3 – 9 мая 2021 г.

- Сравнение динамики трат относительно уровня прошлого года (% г/г), традиционно используемое в нашем трекере, 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 3 по 9 мая 2021 г. потребительские траты росли с темпом +29.1% г/г.
- Изменение относительно средненедельных объёмов в период 01.02 – 15.03.2020. На неделе с 3 по 9 мая 2021 г. наблюдается некоторое замедление динамики потребительских расходов. Траты россиян в указанный период были на 3.8% выше уровней последних допандемийных недель.
- Такой результат совершенно однозначно лежит ниже тренда последних недель (мы оцениваем его в +5.3% г/г). И структура трат, и индекс потребительской активности свидетельствуют о том, что наблюдается временное сокращение спроса, связанное с дополнительными нерабочими днями.
- С точки зрения структуры расходов, бросается в глаза низкий темп роста в продовольственной рознице (+3.7%). Очевидно, россияне запаслись продуктами недель ранее, когда наблюдался всплеск трат в этом сегменте (+12.1% к типичной допандемийной неделе).
- Спрос в сервисной части экономики за неделю также сократился (-5.1% после +0.1% недель ранее), преимущественно за счет туризма и услуг связи. В части последних мы предполагаем изменение графика платежей под влиянием фактора нерабочих дней.
- В категории «Кафе, бары, рестораны» продолжается уверенное восстановление. Сокращение трат относительно допандемийного периода составляет лишь 1.4%.
- Индекс потребительской активности на неделе 3 – 9 мая составил 65.5 пункта. Это сопоставимо с уровнем, характерным для январских «длинных выходных» (порядка 60 п.).

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

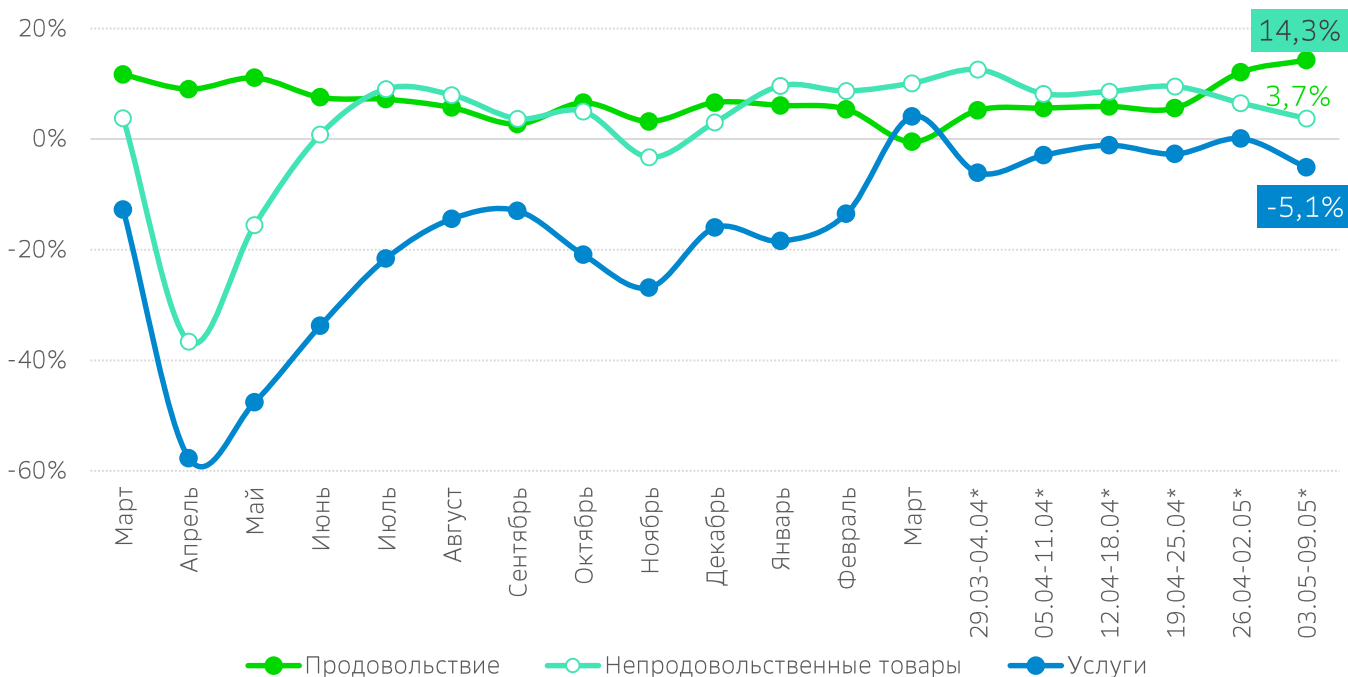


Источник: рассчитано по данным Сбера

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	19.04-25.04*	26.04-02.05*	03.05-09.05*	26.04-02.05
Все категории	0,9%	2,6%	2,0%	5,1%	6,4%	3,8%	29,1%
Все товары, в т.ч.:	8,6%	7,4%	5,9%	8,1%	9,6%	8,6%	13,5%
– продовольственные	6,1%	5,4%	-0,5%	5,6%	12,1%	3,7%	-10,1%
– непродовольственные	9,6%	8,7%	10,1%	9,5%	6,5%	14,3%	51,5%
Услуги	-18,4%	-13,5%	4,1%	-2,7%	0,1%	-5,1%	80,6%
Duty Free	-84,7%	-76,8%	4,8%	-80,0%	-29,1%	-40,8%	1634,5%
Авиабилеты	-74,2%	-71,3%	12,7%	-59,3%	-49,5%	-56,4%	316,3%
Автодилеры и автозапчасти	6,1%	5,7%	-2,9%	52,2%	30,6%	17,8%	39,3%
Бытовая техника и электроника	4,6%	15,9%	15,3%	20,8%	-16,3%	2,3%	27,5%
Винные магазины	3,1%	-0,6%	1,3%	0,5%	13,7%	15,4%	-21,0%
Домашние животные	-3,6%	-5,9%	-5,0%	3,1%	0,8%	-5,0%	-4,4%
Дорожные пошлины	-28,5%	-30,1%	16,3%	-9,3%	21,3%	-9,5%	44,2%
Канцтовары	-7,7%	-7,3%	3,6%	-21,9%	-33,2%	-44,9%	25,2%
Кафе, бары, рестораны	-24,9%	-21,6%	-0,6%	-17,5%	-7,2%	-1,4%	146,6%
Книги, музыка, фото и видео	-14,5%	-16,3%	0,5%	-20,3%	-25,1%	-28,8%	61,9%
Компьютеры и ПО	23,8%	20,5%	21,4%	3,4%	36,6%	5,2%	30,5%
Контрактные услуги	31,6%	23,9%	15,3%	59,6%	53,1%	30,4%	48,0%
Лекарства и медицинские товары	-1,1%	-6,4%	-1,6%	-5,5%	-14,0%	-23,6%	-3,0%
Локальный транспорт	-34,8%	-25,0%	3,5%	н.д.	н.д.	н.д.	140,2%
Мебель и предметы интерьера	6,8%	0,8%	6,8%	-1,5%	-3,8%	2,4%	93,0%
Медицинские услуги	-1,7%	-0,9%	4,5%	7,0%	-3,8%	-16,5%	83,8%

11 мая 2021 г.

Категория	Январь	Февраль	Март	19.04-25.04*	26.04-02.05*	03.05-09.05	03.05-09.05
Одежда, обувь и аксессуары	13,5%	16,9%	15,3%	20,2%	4,5%	27,8%	293,0%
Отели в России	4,1%	9,7%	21,9%	25,9%	37,9%	31,7%	703,2%
Отели за рубежом	-91,4%	-82,3%	-22,1%	-55,3%	-32,2%	-38,7%	1114,9%
Парковки и гаражи	-38,0%	-33,6%	-3,7%	-26,8%	40,5%	33,3%	376,4%
Продуктовые магазины	6,3%	4,8%	-0,5%	6,0%	11,9%	2,8%	-3,5%
Развлечения	-39,9%	-32,9%	28,1%	-29,3%	-23,5%	-13,6%	214,4%
Салоны красоты, массаж, SPA	-11,5%	-11,2%	4,3%	-5,4%	-14,9%	-14,4%	264,0%
Спорт	29,8%	18,8%	27,7%	13,3%	-2,3%	1,4%	239,7%
Такси, каршеринг, аренда авто	-19,2%	-16,1%	-6,4%	-15,7%	7,9%	-3,9%	139,6%
Телеком-оборудование и услуги	-7,7%	33,4%	9,7%	-1,9%	8,8%	-7,5%	7,6%
Товары для красоты и здоровья	-3,8%	-4,0%	5,9%	-20,6%	-22,0%	-27,7%	93,0%
Товары для строительства и ремонта	4,9%	1,9%	2,1%	46,1%	23,7%	44,6%	2,8%
Топливо, автосервис	7,7%	7,4%	3,3%	11,7%	9,7%	7,8%	26,3%
Турагентства	-38,3%	-6,2%	156,6%	51,3%	366,7%	302,8%	4894,9%
Универсальные магазины	11,9%	16,1%	12,8%	12,6%	25,3%	27,1%	-33,9%
Хобби и увлечения	-1,1%	-0,2%	0,3%	-2,6%	-6,3%	8,4%	17,5%
Цветы и подарки	-1,7%	-5,0%	16,8%	-15,7%	-13,8%	-6,9%	48,2%
Ювелирные изделия	-1,1%	-0,9%	8,6%	-20,2%	-23,8%	-20,7%	473,5%

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.