

Оперативная оценка динамики потребительских расходов 14 – 20 сентября 2020 г.

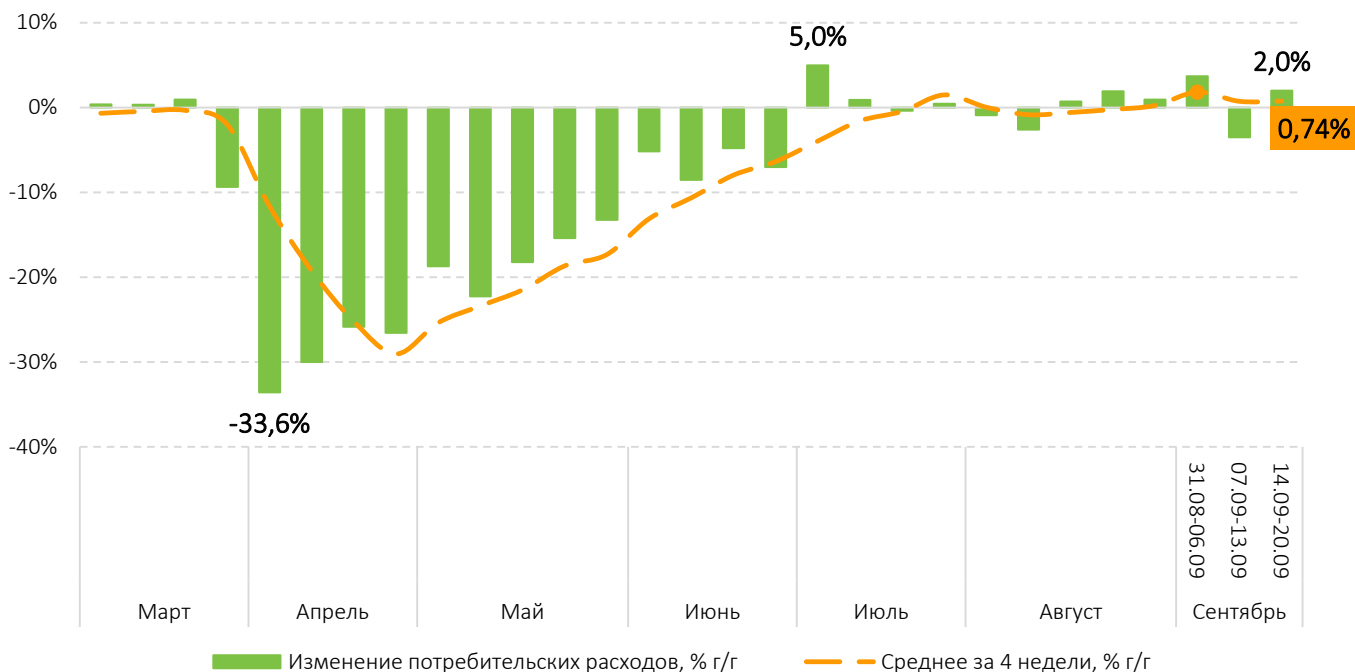
- С 14 по 20 сентября потребительские расходы увеличились на 2,0% г/г.
- Среднее изменение расходов домохозяйств за последние 4 недели остается на уровне +0,7% г/г.
- Индекс потребительской активности [SberIndex.ru](https://sberindex.ru) вслед за расходами подрос с 75,1 до 77,8 п.
- За неделю заметно восстановились расходы в категории «Кафе, бары, рестораны» (-3,9% г/г), хотя в первой половине сентября снижение достигало 20% г/г.
- Траты на отели и в магазинах duty-free остаются в два раза ниже значений 2019 г., падение в категориях «Авиабилеты», «Турагентства», «Развлечения» — всё ещё более 30% г/г.

Лаборатория СберИндекс и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса. Приведённые значения являются оценкой для России в целом.

На прошлой неделе было зафиксировано резкое восстановление трат в категории «Кафе, бары, рестораны». Эта категория еще показывает снижение к 2019 г., однако оно минимальное — -3,9% г/г (неделей раньше изменение составляло -23,7% г/г).

График 1

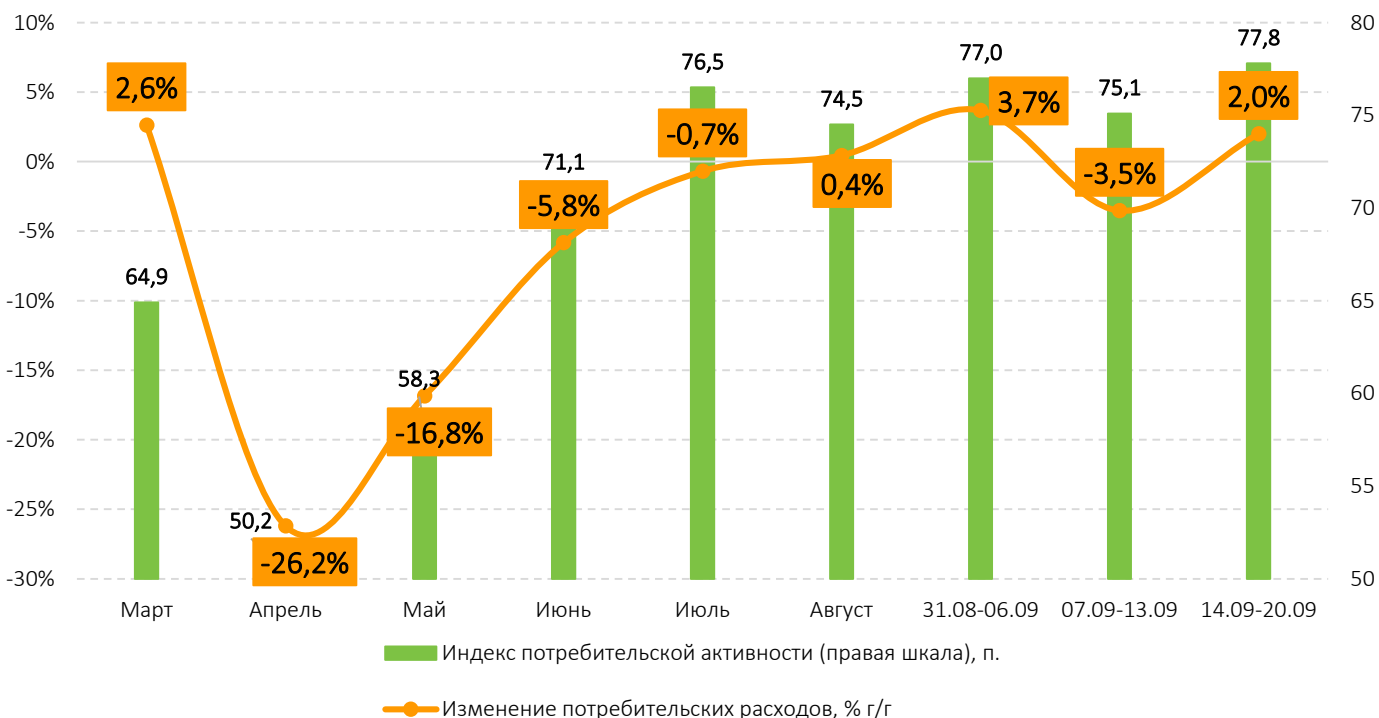
Динамика расходов населения на товары и услуги



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 2

Объем расходов на товары и услуги и индекс потребительской активности¹

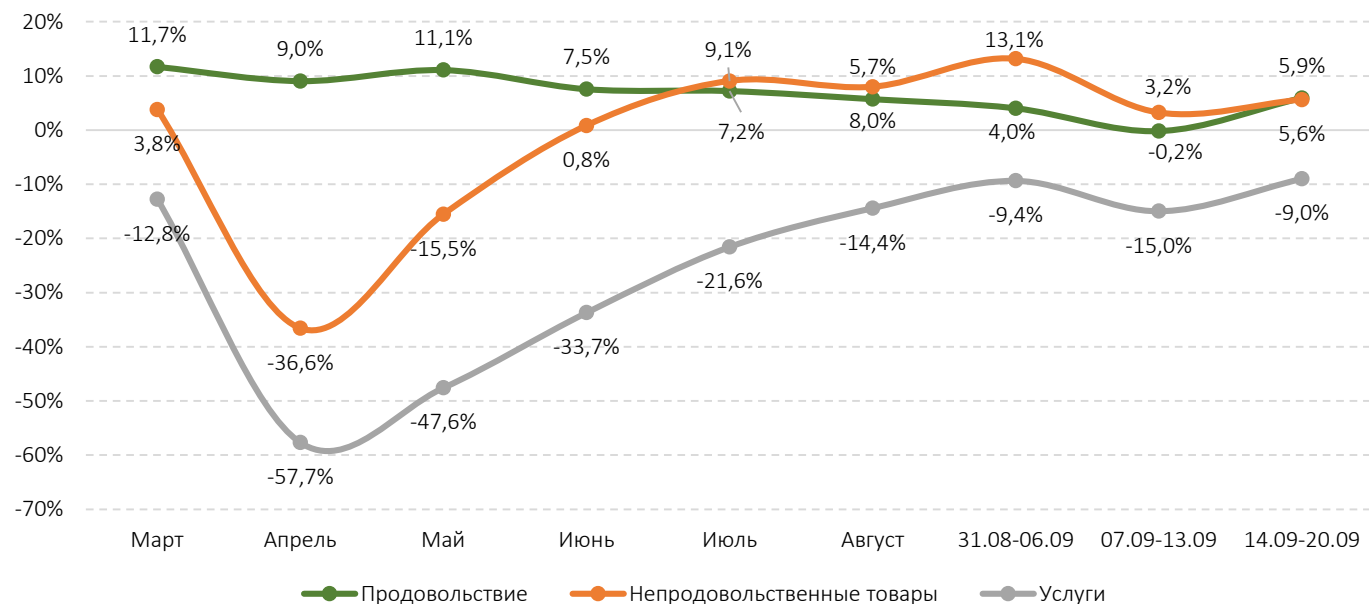


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

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

График 3

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



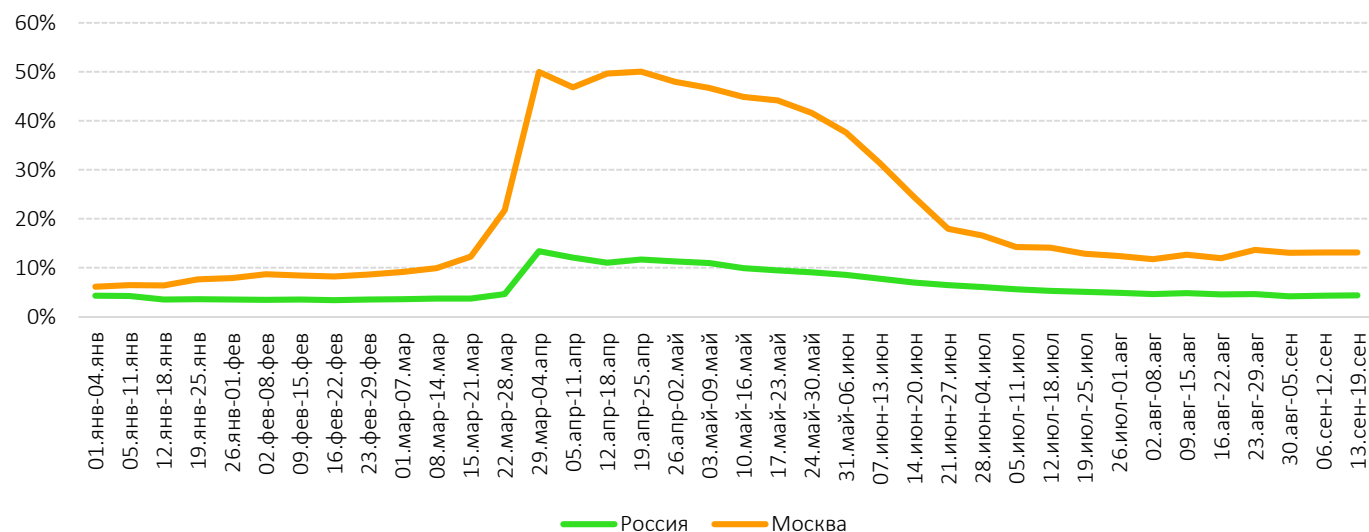
Источники: рассчитано по данным Росстата, Сбербанка

Мы отдельно отмечаем резкий всплеск трат в категории «Кафе и рестораны». По итогам недели 14-20 сентября падение относительно прошлого года сократилось до 3,9%, хотя в первой половине месяца изменение составляло -20% г/г.

Доля заказов доставки еды онлайн в целом по России после самоизоляции практически вернулась к уровню до «коронакризиса». Во время самоизоляции доля заказов в кафе через интернет выросла с 3,7% в I квартале до 11,9% в апреле, но затем к концу лета снизилась до 4,6%. Для сравнения в Москве, где проникновение сервисов доставки выше, чем в других регионах России, этот показатель вырос с 9% в начале года до 12,4% в последнюю неделю августа.

График 4

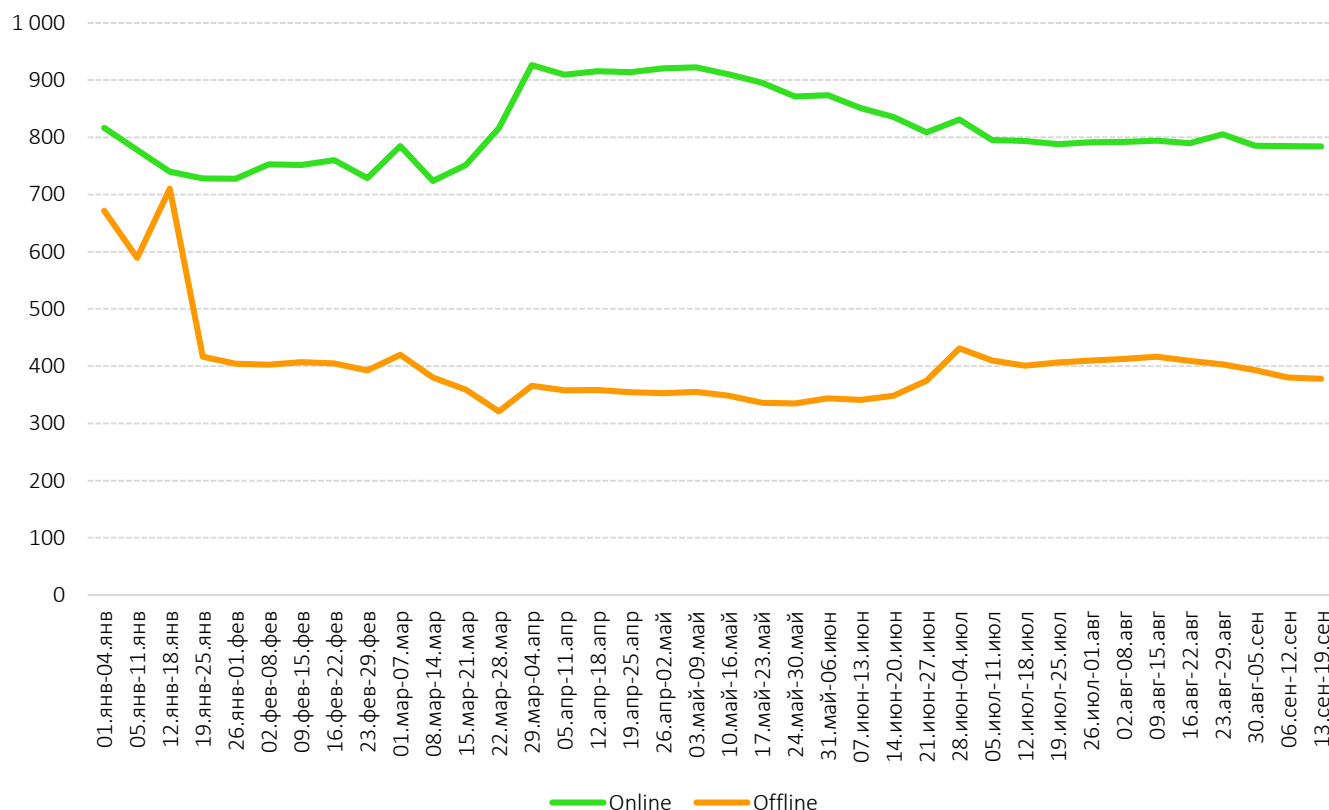
Доля клиентов, совершивших покупки в кафе через интернет



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Средний чек заказов с доставкой выше, чем при покупках в офлайне, почти в 2 раза (803 руб. и 394 руб. соответственно). Но это может быть связано с тем, что в офлайне учитываются и мелкие кафе, а также столовые, где цены на еду ниже за счёт субсидий работодателя.

График 5
Средний чек, руб.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Во время самоизоляции чеки при онлайн-заказах выросли на 20% по сравнению с I кварталом, а в ресторанах – наоборот снизились на 20%, поскольку фастфуд продолжал работать, тогда как крупные рестораны были вынуждены закрыться.

Приложение 1

Изменение расходов в реальном выражении относительно сопоставимого периода 2019 г., %, SA.

Категория трат	Июнь	Июль	Август	31.08–06.09	07.09–13.09	14.09–20.09
Все категории	-5,8%	-0,7%	0,4%	3,7%	-3,5%	2,0%
Продовольственные товары	7,5%	7,2%	5,7%	4,0%	-0,2%	5,9%
Непродовольственные товары	0,8%	9,1%	8,0%	13,1%	3,2%	5,6%
Услуги	-33,7%	-21,6%	-14,4%	-9,4%	-15,0%	-9,0%
Duty Free	-88,1%	-76,3%	-62,4%	-57,8%	-71,1%	-55,9%
Авиабилеты	-67,1%	-52,0%	-40,4%	-36,1%	-40,0%	-34,5%
Автодилеры	3,0%	4,3%	2,0%	7,5%	-1,8%	1,6%
Автозапчасти и аксессуары	9,2%	10,9%	6,9%	8,4%	7,5%	5,7%
Бытовая техника и электроника	20,7%	31,5%	27,9%	30,6%	19,2%	13,7%
Винные магазины	9,6%	1,3%	1,8%	4,4%	-2,4%	4,4%
Домашние животные	2,9%	2,5%	2,1%	2,0%	-3,0%	3,5%
Дорожные пошлины	-32,8%	-19,3%	-7,0%	-7,0%	-15,8%	-11,2%
Канцтовары	-8,3%	-8,6%	-1,3%	14,3%	-6,1%	-1,5%
Кафе, бары, рестораны	-54,9%	-32,3%	-22,2%	-16,3%	-23,7%	-3,9%
Книги, музыка, фото и видео	-15,1%	-13,9%	-9,1%	-2,7%	-9,6%	-6,2%
Компьютеры и ПО	71,1%	72,0%	74,4%	74,3%	61,2%	70,3%
Контрактные услуги	-4,8%	-1,0%	9,9%	18,2%	22,0%	20,6%
Лекарства и медицинские товары	0,4%	4,3%	7,9%	5,4%	3,7%	6,7%
Локальный транспорт	-48,1%	-34,6%	-25,4%	-22,8%	-22,7%	-22,1%
Мебель и предметы интерьера	2,9%	12,1%	8,7%	14,6%	4,9%	9,5%
Медицинские услуги	-5,9%	3,4%	11,4%	9,0%	13,3%	12,0%
Одежда, обувь и аксессуары	-13,8%	9,0%	11,4%	25,5%	7,4%	6,0%
Отели	-80,7%	-60,2%	-53,2%	-53,6%	-57,9%	-56,4%
Парковки и гаражи	-46,7%	-21,2%	0,1%	8,5%	7,2%	10,3%
Продуктовые магазины	7,3%	8,0%	5,9%	3,9%	0,1%	6,0%
Развлечения	-70,6%	-56,5%	-39,7%	-13,2%	-46,1%	-41,9%
Ремонтные услуги	-22,8%	-20,9%	-23,3%	-22,3%	-22,4%	-24,3%
Салоны красоты, массаж, SPA	-42,1%	-26,6%	-19,8%	-16,1%	-21,4%	-15,5%
Спорт	-16,1%	5,3%	1,0%	14,8%	-9,3%	-4,1%

Категория трат	Июнь	Июль	Август	31.08– 06.09	07.09– 13.09	14.09– 20.09
Такси, каршеринг, аренда авто	-34,0%	-14,6%	-4,2%	2,4%	1,8%	4,2%
Телекоммуникационные услуги	16,8%	23,3%	22,5%	35,8%	20,5%	23,4%
Товары для красоты и здоровья	-18,4%	-5,4%	2,0%	6,1%	-6,5%	6,8%
Товары для строительства и ремонта/DIY	7,2%	2,7%	1,3%	0,3%	-3,6%	1,5%
Топливо, автосервис	-5,9%	0,4%	-0,7%	1,2%	-4,4%	-0,3%
Турагентства	-81,3%	-56,0%	-35,1%	-34,0%	-33,7%	-36,2%
Универсальные магазины	28,4%	28,1%	21,3%	32,8%	25,5%	32,5%
Хобби и увлечения	4,8%	1,9%	2,3%	9,3%	-4,6%	0,7%
Цветы и подарки	-18,1%	-8,8%	2,1%	32,7%	-1,9%	2,3%
Цифровые товары	-21,9%	-17,8%	-17,6%	15,7%	-5,7%	19,4%
Ювелирные изделия	-32,8%	-9,0%	-9,3%	5,0%	-11,0%	-1,5%

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

Электронная версия:
<https://www.sberindex.ru/pdf/akt14-20sep.pdf>

Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.
При публикации материалов проекта ссылка на
СберИндекс обязательна.
Контакты: media@sberbank.ru



Лаборатория СберИндекс — инициатива Сбербанка по обработке и анализу больших данных. На основе информации, получаемой из платежных 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. Золотаревым.

Дивизион «Корпоративные клиенты 360» — подразделение Сбербанка, ответственное за развитие цифрового профиля корпоративных клиентов Сбербанка, и создание аналитических продуктов на основе больших данных.

*ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на
осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015.*