

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

15–21 марта 2021 г.



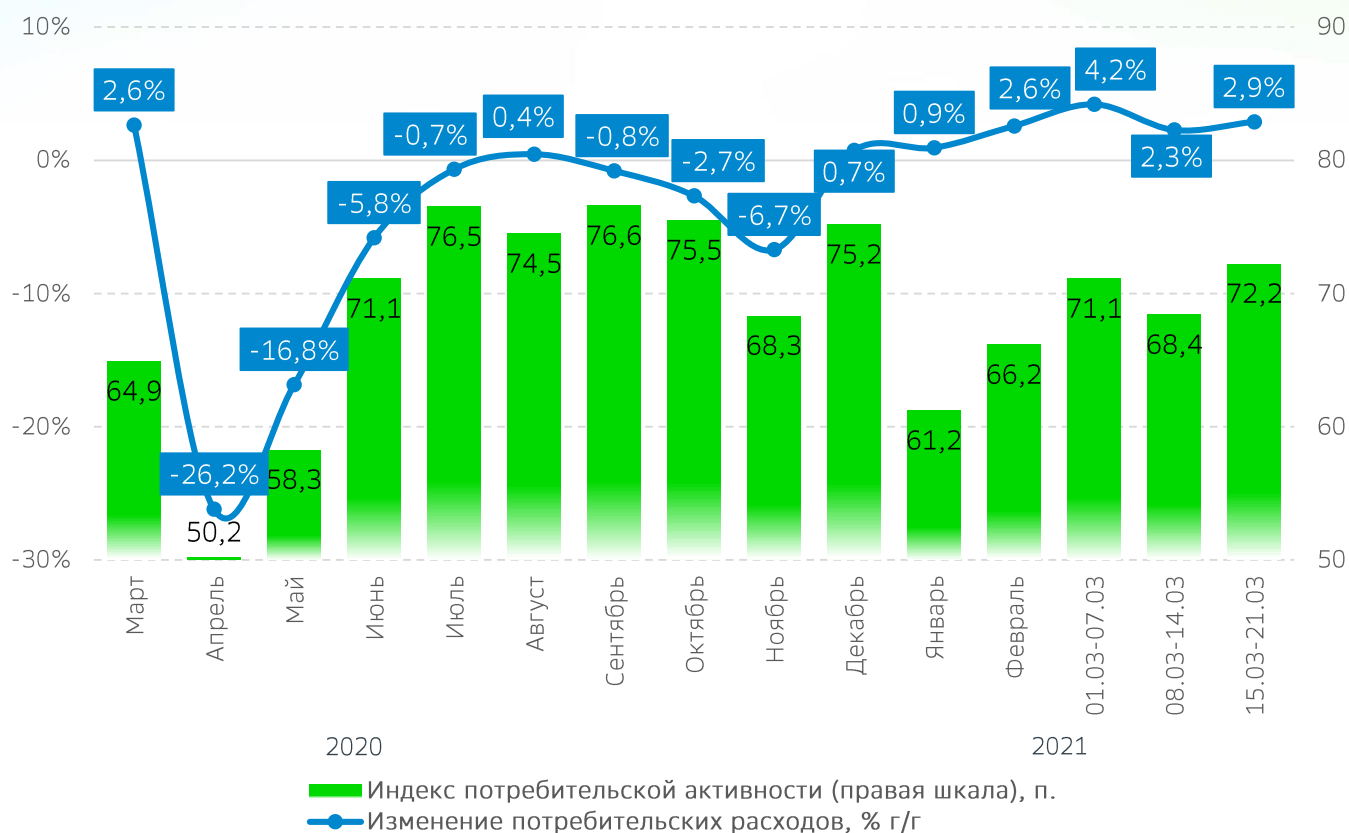
- Начинается период крайне волатильных оценок потребления, что связано с резкими скачками величины и структуры спроса во второй половине марта 2020 года. В этот период пришло основное осознание масштаба проблемы коронавируса и возросло влияние вводимых ограничительных мер. Как результат, в ближайшие недели публикуемые данные окажутся в большей степени следствием «эффекта базы», чем отражением текущей динамики расходов. Мы будем приводить очищенные от этого эффекта оценки в комментариях.
- С 15 по 21 марта потребительская активность осталась несколько ниже трендового уровня. Потребительские траты росли с темпом +2,9% г/г на фоне негативного вклада продовольственного сегмента. Драматического влияния на общую динамику конечного спроса «эффект базы» пока не оказал. Колебания наблюдаются по отдельным категориям, так как до начала апреля мы будем иметь дело лишь с изменением структуры трат в 2020 году.
- Расходы на продукты питания снижаются на 6,0% г/г, как раз на фоне «эффекта базы». Во второй половине марта 2020 года население устремилось массово приобретать товары первой необходимости, что привело к резкому всплеску трат именно в рассматриваемом сегменте (за неделю они выросли на 14% относительно нормальных уровней). Именно этим объясняется текущее падение к 2020 г. Трендовая динамика расходов на продовольствие находится на уровне +7,5% г/г.
- Непродовольственная розница продолжает расти с темпом в +8,3% г/г. Основной прирост обеспечен категорией «Одежда, обувь и аксессуары».
- Сектор услуг, наоборот, перешёл к росту (+4,0% г/г) — как раз на фоне того же «эффекта базы». Особенно примечательно резкое изменение ситуации в туристическом сегменте. Так, траты на авиабилеты теперь формально растут на 20,9% г/г, хотя ещё на прошлой неделе снижались на 68,9% г/г. Столь резкое изменение связано с тем, как стремительно вводились ограничения в отрасли. Однако в целом наблюдаемый объём рынка услуг остаётся на 13,0% ниже трендовых уровней.
- В такие периоды важны стационарные оценки ситуации со спросом. Индекс потребительской активности на прошлой неделе находился на максимальных значениях 2021 года (72,2 пункта).

22 марта 2021 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.

График 1

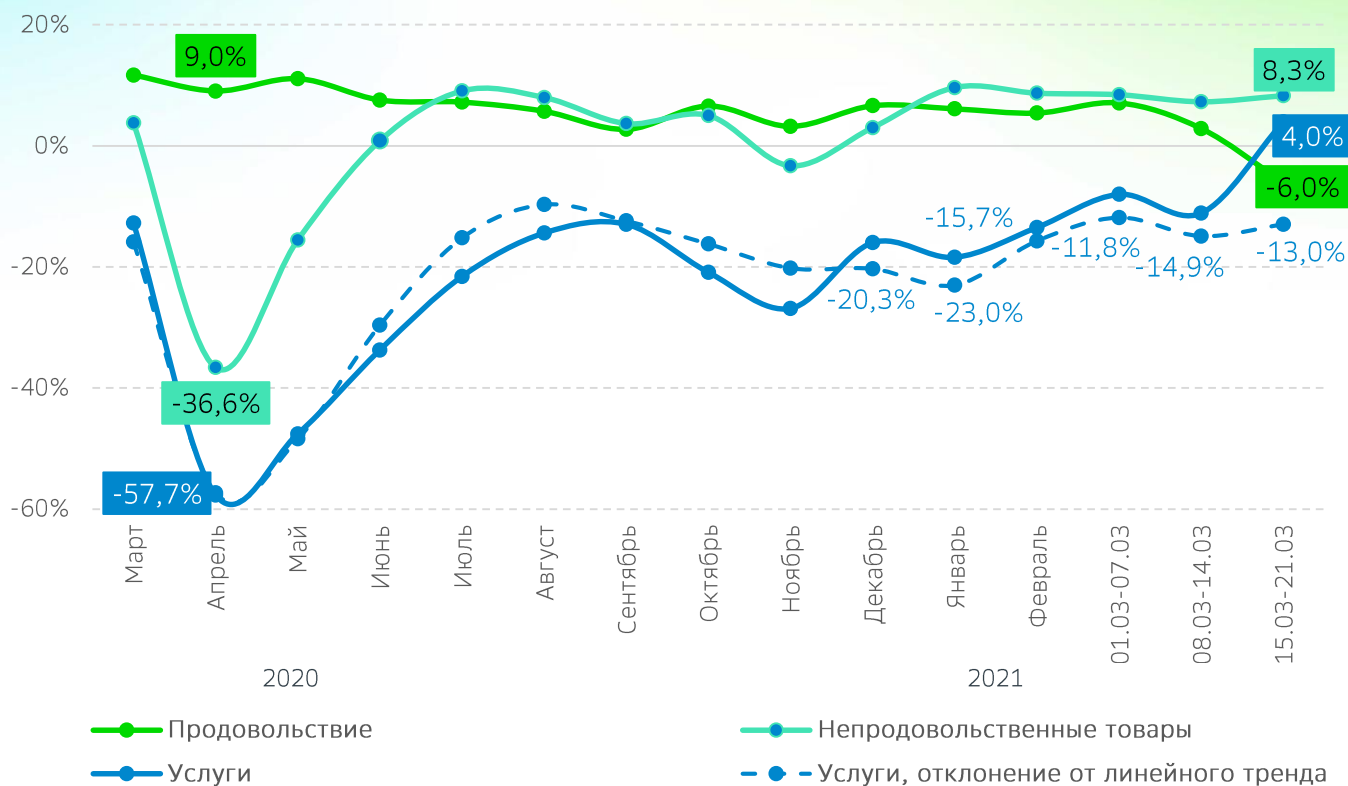
Динамика расходов на товары и услуги



Источник: рассчитано по данным Сбера

График 2

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



Источник: рассчитано по данным Сбера

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	15.03–21.03
Все категории	-2,7%	-6,7%	0,7%	0,9%	2,6%	4,2%	2,3%	2,9%
Все товары, в т.ч.:	5,7%	1,9%	4,4%	8,6%	7,4%	6,6%	5,5%	2,7%
- продовольственные	6,6%	3,2%	6,6%	6,1%	5,4%	7,1%	2,9%	-6,0%
- непродовольственные	5,0%	-3,3%	3,0%	9,6%	8,7%	8,4%	7,3%	8,3%
Услуги	-20,9%	-26,9%	-16,0%	-18,4%	-13,5%	-8,0%	-11,1%	4,0%
Duty Free	-62,9%	-78,7%	-81,2%	-84,7%	-76,8%	-79,6%	-73,8%	39,0%
Авиабилеты	-49,6%	-50,9%	-17,2%	-74,2%	-71,3%	-66,2%	-68,9%	20,9%
Автодилеры и автозапчасти	-2,0%	-0,6%	-2,1%	6,1%	5,7%	8,4%	н.д.	-10,4%
Бытовая техника и электроника	10,7%	4,6%	0,5%	4,6%	15,9%	26,0%	17,4%	-7,6%
Винные магазины	3,8%	-1,8%	0,6%	3,1%	-0,6%	5,1%	11,9%	-3,5%
Домашние животные	0,2%	-2,5%	-3,2%	-3,6%	-5,9%	-6,6%	н.д.	-0,8%
Дорожные пошлины	-19,9%	-33,5%	-31,4%	-28,5%	-30,1%	-26,8%	-31,3%	-1,3%
Канцтовары	-8,3%	-10,0%	-3,5%	-7,7%	-7,3%	-2,4%	-9,3%	13,8%
Кафе, бары, рестораны	-29,6%	-33,1%	-30,3%	-24,9%	-21,6%	-16,6%	-7,6%	4,3%
Книги, музыка, фото и видео	-14,4%	-32,5%	-22,0%	-14,5%	-16,3%	-12,7%	-16,1%	15,1%
Компьютеры и ПО	46,9%	73,5%	11,9%	23,8%	20,5%	34,7%	21,8%	13,4%
Контрактные услуги	28,9%	36,1%	33,9%	31,6%	23,9%	34,5%	12,3%	-0,4%
Лекарства и медицинские товары	19,9%	19,3%	9,1%	-1,1%	-6,4%	0,0%	н.д.	0,4%
Локальный транспорт	-30,3%	-38,3%	-37,2%	-34,8%	-25,0%	н.д.	н.д.	3,1%
Мебель и предметы интерьера	7,4%	5,6%	4,0%	6,8%	0,8%	8,9%	6,8%	4,5%
Медицинские услуги	7,6%	2,0%	3,7%	-1,7%	-0,9%	0,8%	0,0%	2,8%

Категория	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	01.03–07.03	08.03–14.03	15.03–21.03
Одежда, обувь и аксессуары	0,9%	-10,2%	5,7%	13,5%	16,9%	15,7%	4,8%	8,8%
Отели в России	-4,5%	-17,6%	-14,1%	4,1%	9,7%	7,0%	7,6%	11,0%
Отели за рубежом	-96,0%	-96,2%	-85,3%	-91,4%	-82,3%	-88,5%	-89,0%	-70,2%
Парковки и гаражи	8,8%	-1,9%	н.д.	-38,0%	-33,6%	-30,3%	-17,4%	9,2%
Продуктовые магазины	6,7%	5,8%	7,1%	6,3%	4,8%	7,2%	1,9%	-6,2%
Развлечения	-61,5%	-66,1%	-56,2%	-39,9%	-32,9%	-18,7%	-15,7%	29,5%
Салоны красоты, массаж, SPA	-21,4%	-27,2%	-18,2%	-11,5%	-11,2%	-4,5%	-5,4%	5,6%
Спорт	-3,7%	-4,9%	23,3%	29,8%	18,8%	27,1%	34,0%	5,8%
Такси, каршеринг, аренда авто	-9,4%	-21,0%	-25,3%	-19,2%	-16,1%	-18,2%	-9,9%	-1,0%
Телекомоборудование и услуги	20,1%	-5,2%	-5,8%	-7,7%	33,4%	22,0%	19,5%	-13,6%
Товары для красоты и здоровья	-0,3%	-11,5%	-7,8%	-3,8%	-4,0%	2,3%	1,6%	9,8%
Товары для строительства и ремонта	1,1%	-1,2%	3,5%	4,9%	1,9%	5,2%	6,8%	0,7%
Топливо, автосервис	-5,0%	-16,1%	5,8%	7,7%	7,4%	5,9%	5,9%	-0,8%
Турагентства	-31,5%	-3,3%	-34,8%	-38,3%	-6,2%	38,9%	33,7%	89,8%
Универсальные магазины	14,6%	10,5%	18,5%	11,9%	16,1%	15,9%	19,3%	3,7%
Хобби и увлечения	-0,2%	-2,4%	-1,4%	-1,1%	-0,2%	0,1%	н.д.	-3,7%
Цветы и подарки	-5,0%	-7,8%	-0,4%	-1,7%	-5,0%	-0,4%	29,3%	11,9%
Ювелирные изделия	-5,5%	-8,6%	-10,0%	-1,1%	-0,9%	5,6%	0,4%	7,6%

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 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.