

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

21 – 27 июня 2021 г.



- Сохраняется высокая волатильность оценок, связанная с эффектом базы (апрель-май 2020 года, когда действовал режим самоизоляции, и выход из него в июне). Для более наглядного отображения текущей динамики спроса мы предлагаем сравнение с фиксированным периодом февраля и первой половины марта 2020 г. (01.02.2020 – 15.03.2020), скорректированное на сезонность.
- **Номинальное изменение (% г/г) без корректировок.** С 21 по 27 июня 2021 г. потребительские траты росли с темпом +8,3% г/г.
- **Изменение относительно средненедельных объемов в период 01.02–15.03 2020 г.** В период с 21 по 27 июня 2021 г. потребительская активность восстановилась после замедления в середине месяца. Нормализованный прирост расходов домохозяйств достиг +7,1% против +4,3% недель ранее.
- По сумме двух недель трендовые номинальные темпы роста трат составили 5,7%, в целом по итогам месяца результат будет примерно тем же.
- Дополнительный спрос зафиксирован в непродовольственной рознице (+15,7% к базовому периоду) и услугах (–0,3% к базовому периоду после –4,8% недель ранее).
- Сервисный сектор предпринимает очередную попытку вернуться к допандемическим уровням, но неопределённость относительно ситуации с коронавирусной инфекцией существенно ограничивает спрос.
- В целом уже можно говорить о том, что дальнейшее ускорение потребительского спроса приостановилось после мощного подъёма в марте-мае 2021 года.

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

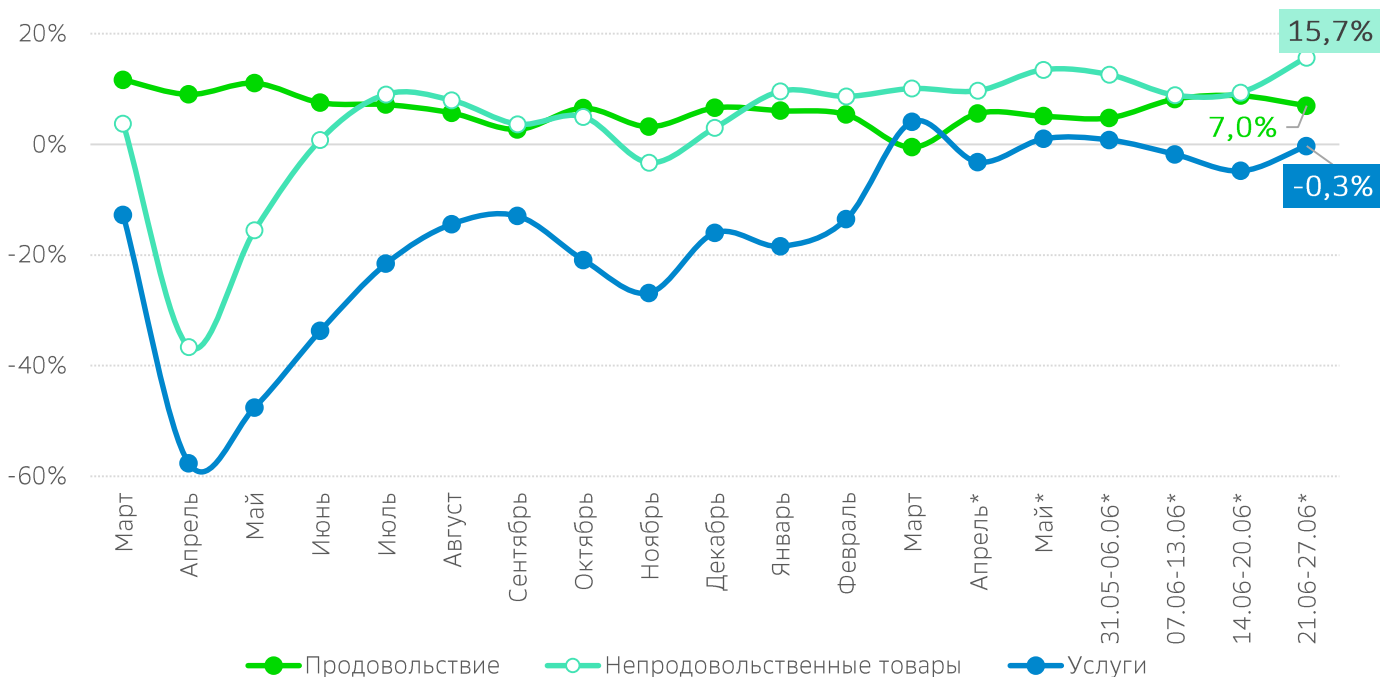


Источник: рассчитано по данным Сбера

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 | Май | 31.05-06.06 | 07.06-13.06 | 14.06-20.06 | 21.06-27.06 | 21.06-27.06* |
|--------------------------------|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Все категории | 25,5% | 9,0% | 10,1% | 8,5% | 8,3% | 7,1% |
| Все товары, в т.ч.: | 10,8% | 0,8% | 0,8% | 2,3% | 2,8% | 11,0% |
| – продовольственные | -8,3% | -6,6% | -2,3% | -2,7% | -2,5% | 7,0% |
| – непродовольственные | 40,0% | 9,6% | 4,3% | 8,1% | 9,0% | 15,7% |
| Услуги | 65,7% | 42,3% | 37,5% | 25,0% | 22,4% | -0,3% |
| Duty Free | 1489,8% | 436,0% | 325,8% | 224,0% | 204,7% | -28,0% |
| Авиабилеты | 215,6% | 131,8% | 69,8% | 3,0% | -22,6% | -52,3% |
| Автодилеры и автозапчасти | 22,6% | 5,2% | -0,5% | -2,0% | 1,5% | 22,4% |
| Бытовая техника и электроника | 25,8% | -0,5% | 1,7% | 8,7% | 20,8% | 26,3% |
| Винные магазины | -18,7% | -17,0% | -19,1% | -13,4% | -3,0% | 18,1% |
| Домашние животные | 2,2% | -4,8% | -7,2% | -5,8% | -9,2% | -7,9% |
| Дорожные пошлины | 9,3% | -18,1% | -30,6% | -30,3% | -34,7% | -11,6% |
| Канцтовары | 38,6% | -3,2% | -4,1% | -9,1% | -5,7% | -30,7% |
| Кафе, бары, рестораны | 134,7% | 97,8% | 128,2% | 70,9% | 52,9% | 0,0% |
| Книги, музыка, фото и видео | 60,7% | 20,8% | 23,8% | 15,6% | 10,1% | -24,4% |
| Компьютеры и ПО | 41,5% | 41,9% | 45,4% | 58,7% | 38,5% | 27,1% |
| Контрактные услуги | 50,0% | 22,0% | 16,4% | 19,4% | 24,0% | 60,0% |
| Лекарства и медицинские товары | 9,3% | 8,4% | 7,1% | 6,6% | 12,2% | -15,9% |
| Локальный транспорт | 125,0% | 68,6% | 41,4% | 21,3% | 19,6% | -24,7% |
| Мебель и предметы интерьера | 65,3% | 18,0% | 8,4% | 4,9% | -2,9% | 0,9% |
| Медицинские услуги | 72,3% | 37,0% | 26,9% | 16,5% | 24,5% | 5,3% |

| Категория | Май | 31.05-06.06 | 07.06-13.06 | 14.06-20.06 | 21.06-27.06 | 21.06-27.06* |
|------------------------------------|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Одежда, обувь и аксессуары | 214,4% | 26,6% | 9,9% | 21,4% | 13,2% | 22,8% |
| Отели в России | 572,3% | 349,2% | 291,3% | 167,0% | 105,9% | 53,0% |
| Отели за рубежом | 938,2% | 721,8% | 612,8% | -1,9% | 248,7% | -38,9% |
| Парковки и гаражи | 409,9% | 235,5% | 201,8% | 262,5% | 145,0% | 54,8% |
| Продуктовые магазины | -7,5% | -5,8% | -0,8% | 24,5% | -2,6% | 6,1% |
| Развлечения | 235,8% | 227,8% | 206,5% | 10,9% | 194,8% | -19,3% |
| Салоны красоты, массаж, SPA | 216,1% | 112,2% | 59,1% | 37,2% | 25,6% | -9,1% |
| Спорт | 195,4% | 72,2% | 39,2% | 30,5% | 22,5% | -6,8% |
| Такси, каршеринг, аренда авто | 114,5% | 68,3% | 48,0% | 20,3% | 28,1% | 4,2% |
| Телеком-оборудование и услуги | 18,8% | 1,6% | 3,9% | -2,9% | 7,3% | 7,3% |
| Товары для красоты и здоровья | 85,0% | 43,5% | 35,1% | 6,2% | 15,1% | -21,9% |
| Товары для строительства и ремонта | 20,5% | 2,1% | -3,6% | 1570,2% | -1,9% | 49,7% |
| Топливо, автосервис | 26,0% | 9,9% | 0,6% | 3,5% | 9,9% | 16,0% |
| Турагентства | 4854,7% | 4527,3% | 3495,4% | -2,6% | 1134,7% | 499,2% |
| Универсальные магазины | -21,4% | -9,5% | -5,5% | 14,4% | 14,8% | 39,7% |
| Хобби и увлечения | 22,5% | -19,7% | -16,0% | 3,0% | -5,0% | -9,6% |
| Цветы и подарки | 58,6% | 20,0% | 10,7% | 35,2% | 9,1% | -19,6% |
| Ювелирные изделия | 270,8% | 77,5% | 51,7% | 318,0% | 22,6% | -12,5% |

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.