

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

31 мая – 6 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. (01.02–15.03 2020 г.), скорректированное на сезонность.
- Номинальное изменение (% г/г) без корректировок. С 31 мая по 6 июня 2021 г. потребительские траты росли с темпом +9,0% г/г.
- Изменение относительно средненедельных объёмов в период 01.02–15.03 2020 г. С 31 мая по 6 июня 2021 г. динамика расходов несколько замедлилась. Темпы роста относительно допандемического периода составили 5,8% после 7,2% недель ранее. Мы видим в этом обычные колебания, без нарушения трендов.
- Оценки изменения относительно той же недели прошлого года (% г/г) и относительно фиксированного периода постепенно начинают сближаться. Уже с июля искажения останутся в основном в сегменте услуг.
- Мы также пересмотрели в сторону повышения данные за май ввиду сильного окончания месяца. Итоговая оценка составляет +25,5% г/г.
- Индекс потребительской активности несколько отступил от максимумов года (73,8 п.) вместе с общим уровнем расходов.

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

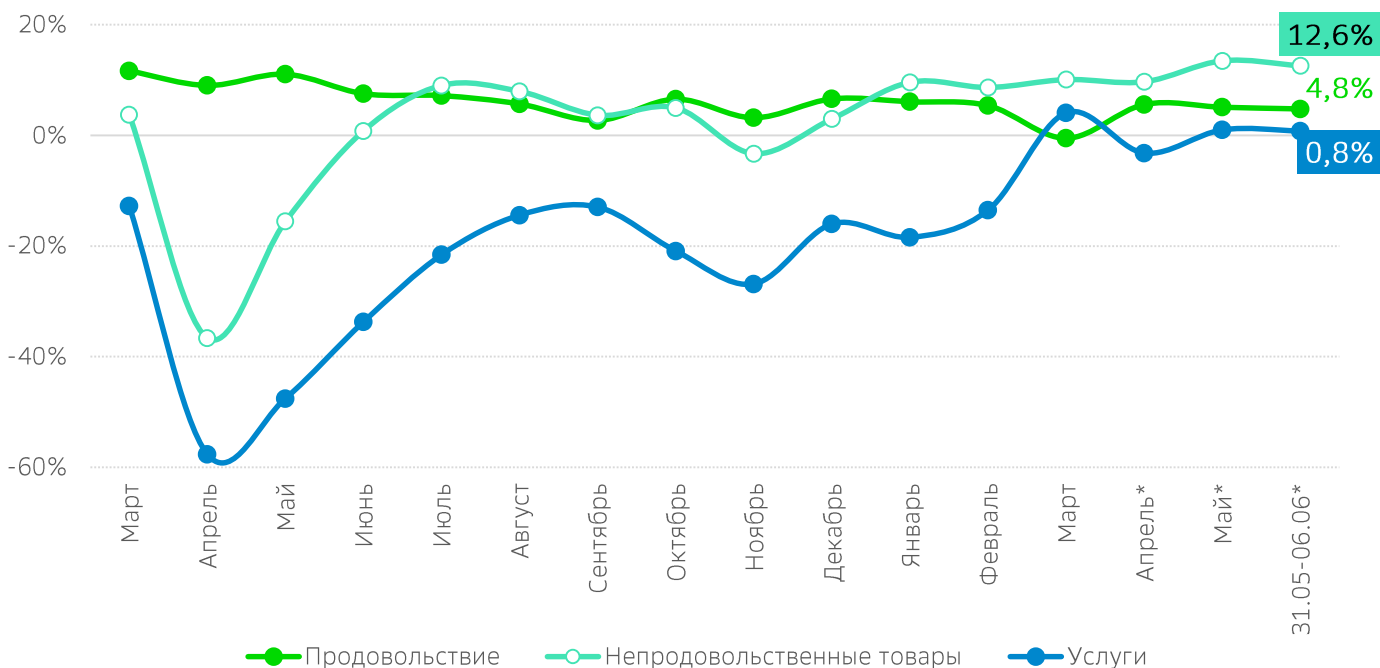


Источник: рассчитано по данным Сбера

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 | Февраль | Март | Апрель | Май | 31.05-06.06* | 31.05-06.06 |
|--------------------------------|---------------|-------------|---------------|--------------|--------------|-------------|
| Все категории | 2,6% | 2,0% | 41,2% | 25,5% | 9,0% | 5,8% |
| Все товары, в т.ч.: | 7,4% | 5,9% | 23,4% | 10,8% | 0,8% | 8,4% |
| – продовольственные | 5,4% | -0,5% | -8,3% | -8,3% | -6,6% | 4,8% |
| – непродовольственные | 8,7% | 10,1% | 72,6% | 40,0% | 9,6% | 12,6% |
| Услуги | -13,5% | 4,1% | 107,9% | 65,7% | 42,3% | 0,8% |
| Duty Free | -76,8% | 4,8% | 1786,1% | 1489,8% | 436,0% | -38,2% |
| Авиабилеты | -71,3% | -12,7% | 399,0% | 215,6% | 131,8% | -39,7% |
| Автодилеры и автозапчасти | 5,7% | -2,9% | 82,7% | 22,6% | 5,2% | 20,0% |
| Бытовая техника и электроника | 15,9% | 15,3% | 16,5% | 25,8% | -0,5% | 3,3% |
| Винные магазины | -0,6% | 1,3% | -22,6% | -18,7% | -17,0% | 11,5% |
| Домашние животные | -5,9% | -5,0% | 3,8% | 2,2% | -4,8% | -3,2% |
| Дорожные пошлины | -30,1% | -16,3% | 68,8% | 9,3% | -18,1% | -17,1% |
| Канцтовары | -7,3% | 3,6% | 87,1% | 38,6% | -3,2% | -25,8% |
| Кафе, бары, рестораны | -21,6% | -0,6% | 175,4% | 134,7% | 97,8% | 1,2% |
| Книги, музыка, фото и видео | -16,3% | 0,5% | 77,1% | 60,7% | 20,8% | -17,5% |
| Компьютеры и ПО | 20,5% | 21,4% | 40,2% | 41,5% | 41,9% | 33,0% |
| Контрактные услуги | 23,9% | 15,3% | 99,8% | 50,0% | 22,0% | 67,1% |
| Лекарства и медицинские товары | -6,4% | -1,6% | -1,9% | 9,3% | 8,4% | -19,1% |
| Локальный транспорт | -25,0% | 3,5% | 194,9% | 125,0% | 68,6% | -19,7% |
| Мебель и предметы интерьера | 0,8% | 6,8% | 120,5% | 65,3% | 18,0% | 3,9% |
| Медицинские услуги | -0,9% | 4,5% | 150,5% | 72,3% | 37,0% | 0,9% |

| Категория | Февраль | Март | Апрель | Май | 31.05-06.06* | 31.05-06.06 |
|------------------------------------|---------|--------|---------|---------|--------------|-------------|
| Одежда, обувь и аксессуары | 16,9% | 15,3% | 315,8% | 214,4% | 26,6% | 22,5% |
| Отели в России | 9,7% | 21,9% | 809,7% | 572,3% | 349,2% | 43,1% |
| Отели за рубежом | -82,3% | -22,1% | 820,9% | 938,2% | 721,8% | -27,9% |
| Парковки и гаражи | -33,6% | -3,7% | 508,6% | 409,9% | 235,5% | 60,5% |
| Продуктовые магазины | 4,8% | -0,5% | -7,2% | -7,5% | -5,8% | 4,3% |
| Развлечения | -32,9% | 28,1% | 176,5% | 235,8% | 227,8% | -23,8% |
| Салоны красоты, массаж, SPA | -11,2% | 4,3% | 508,6% | 216,1% | 112,2% | -10,7% |
| Спорт | 18,8% | 27,7% | 431,9% | 195,4% | 72,2% | 7,1% |
| Такси, каршеринг, аренда авто | -16,1% | -6,4% | 147,3% | 114,5% | 68,3% | 2,2% |
| Телеком-оборудование и услуги | 33,4% | 9,7% | 17,2% | 18,8% | 1,6% | 10,4% |
| Товары для красоты и здоровья | -4,0% | 5,9% | 130,2% | 85,0% | 43,5% | -15,0% |
| Товары для строительства и ремонта | 1,9% | 2,1% | 33,2% | 20,5% | 2,1% | 48,9% |
| Топливо, автосервис | 7,4% | 3,3% | 36,1% | 26,0% | 9,9% | 7,7% |
| Турагентства | -6,2% | 156,6% | 6947,4% | 4854,7% | 4527,3% | 597,9% |
| Универсальные магазины | 16,1% | 12,8% | 2,6% | -21,4% | -9,5% | 29,3% |
| Хобби и увлечения | -0,2% | 0,3% | 68,8% | 22,5% | -19,7% | 0,9% |
| Цветы и подарки | -5,0% | 16,8% | 103,6% | 58,6% | 20,0% | -15,1% |
| Ювелирные изделия | -0,9% | 8,6% | 841,4% | 270,8% | 77,5% | -12,6% |

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.