

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

14 – 20 июня 2021 г.

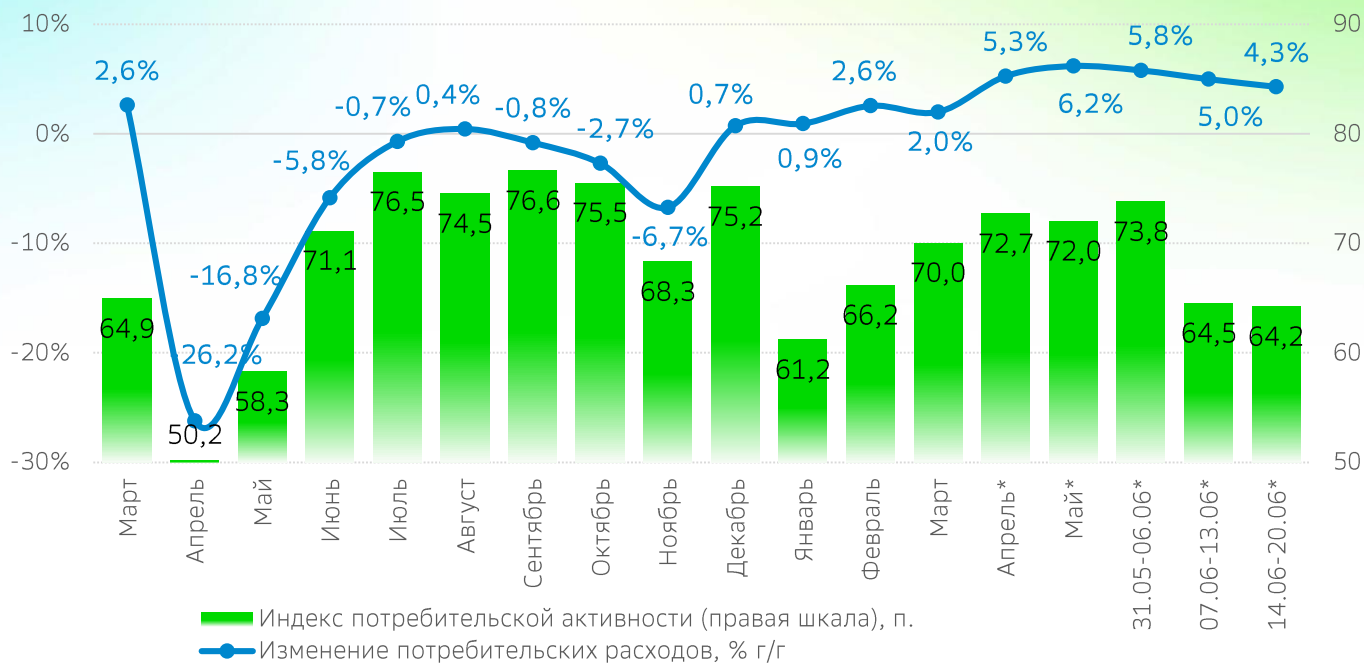


- Сохраняется высокая волатильность оценок, связанная с эффектом базы (апрель–май 2020 года, когда действовал режим самоизоляции, и выход из него в июне). Для более наглядного отображения текущей динамики спроса мы предлагаем сравнение с фиксированным периодом февраля и первой половины марта 2020 г. (01.02.2020 – 15.03.2020), скорректированное на сезонность.
- Номинальное изменение (% г/г) без корректировок. С 14 по 20 июня 2021 г. потребительские траты росли с темпом +8,5% г/г.
- Изменение относительно средненедельных объёмов в период 01.02–15.03.2020. Неделя с 14 по 20 июня 2021 г. характеризуется дальнейшим сокращением потребительской активности. Нормализованный прирост расходов домохозяйств составил 4,3% против 5,0%. Структура трат вторую неделю подряд демонстрирует схожесть с «пандемической»: снижается потребление услуг (–4,3% относительно базового периода, хотя ещё в начале месяца наблюдались положительные значения), растёт доля расходов на продовольствие (+8,8%).
- Нерабочая неделя в Москве выразительно сказалась на расходах жителей региона. Индекс потребительской активности в городе упал до уровней января (50,7 в среднем за последние семь дней).
- Общее сокращение спроса в России мы связываем преимущественно с его динамикой в столице.
- Общероссийский индекс потребительской активности остаётся на уровнях прошлой недели (64,2 п.), причём его динамика в Москве и остальной России разошлась.

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

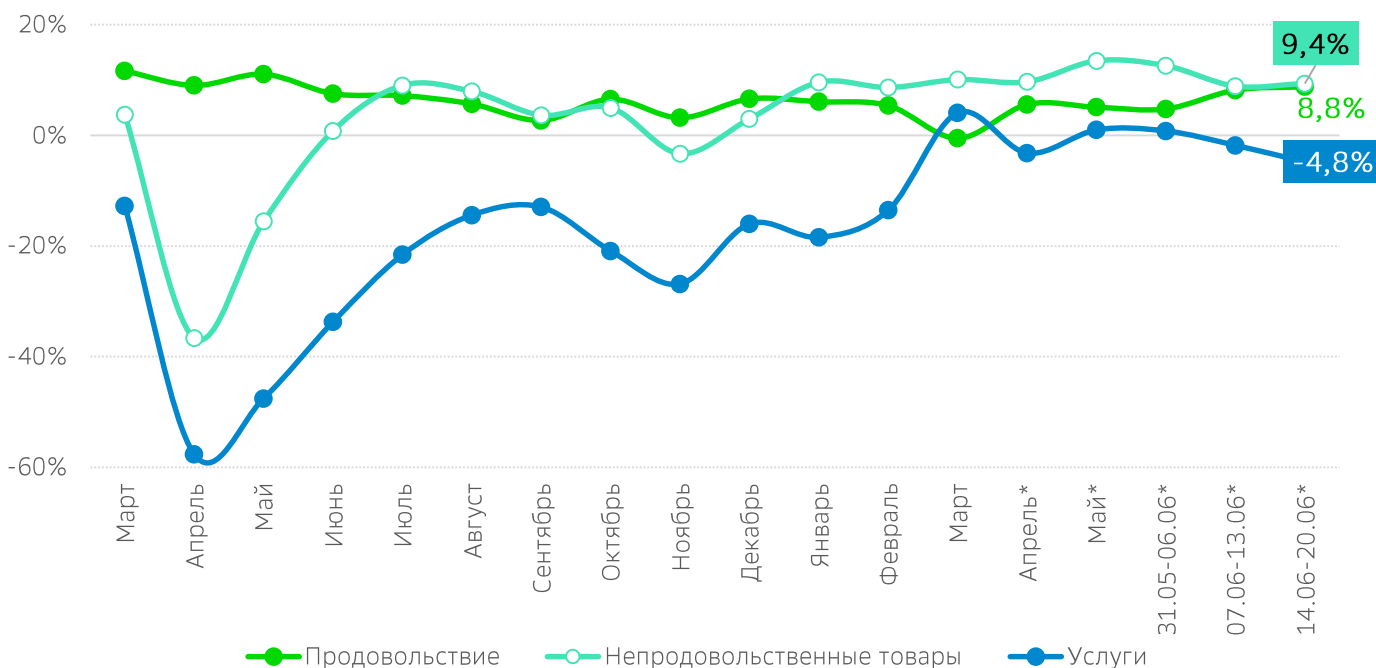


Источник: рассчитано по данным Сбера

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	07.06-13.06	14.06-20.06	14.06-20.06*
Все категории	2,6%	2,0%	41,2%	25,5%	10,1%	8,5%	4,3%
Все товары, в т.ч.:	7,4%	5,9%	23,4%	10,8%	0,8%	2,3%	9,2%
– продовольственные	5,4%	-0,5%	-8,3%	-8,3%	-2,3%	-2,7%	8,8%
– непродовольственные	8,7%	10,1%	72,6%	40,0%	4,3%	8,1%	9,4%
Услуги	-13,5%	4,1%	107,9%	65,7%	37,5%	25,0%	-4,8%
Duty Free	-76,8%	4,8%	1786,1%	1489,8%	325,8%	224,0%	-36,8%
Авиабилеты	-71,3%	-12,7%	399,0%	215,6%	69,8%	3,0%	-49,5%
Автодилеры и автозапчасти	5,7%	-2,9%	82,7%	22,6%	-0,5%	-2,0%	16,5%
Бытовая техника и электроника	15,9%	15,3%	16,5%	25,8%	1,7%	8,7%	-9,0%
Винные магазины	-0,6%	1,3%	-22,6%	-18,7%	-19,1%	-13,4%	12,4%
Домашние животные	-5,9%	-5,0%	3,8%	2,2%	-7,2%	-5,8%	-6,3%
Дорожные пошлины	-30,1%	-16,3%	68,8%	9,3%	-30,6%	-30,3%	-16,0%
Канцтовары	-7,3%	3,6%	87,1%	38,6%	-4,1%	-9,1%	-30,5%
Кафе, бары, рестораны	-21,6%	-0,6%	175,4%	134,7%	128,2%	70,9%	-6,6%
Книги, музыка, фото и видео	-16,3%	0,5%	77,1%	60,7%	23,8%	15,6%	-22,5%
Компьютеры и ПО	20,5%	21,4%	40,2%	41,5%	45,4%	58,7%	20,5%
Контрактные услуги	23,9%	15,3%	99,8%	50,0%	16,4%	19,4%	56,0%
Лекарства и медицинские товары	-6,4%	-1,6%	-1,9%	9,3%	7,1%	6,6%	-16,6%
Локальный транспорт	-25,0%	3,5%	194,9%	125,0%	41,4%	21,3%	-26,4%
Мебель и предметы интерьера	0,8%	6,8%	120,5%	65,3%	8,4%	4,9%	-3,3%
Медицинские услуги	-0,9%	4,5%	150,5%	72,3%	26,9%	16,5%	-0,7%

22 июня 2021 г.

Категория	Февраль	Март	Апрель	Май	07.06-13.06	14.06-20.06	14.06-20.06*
Одежда, обувь и аксессуары	16,9%	15,3%	315,8%	214,4%	9,9%	21,4%	21,6%
Отели в России	9,7%	21,9%	809,7%	572,3%	291,3%	167,0%	55,2%
Отели за рубежом	-82,3%	-22,1%	820,9%	938,2%	612,8%	-1,9%	-30,9%
Парковки и гаражи	-33,6%	-3,7%	508,6%	409,9%	201,8%	262,5%	45,3%
Продуктовые магазины	4,8%	-0,5%	-7,2%	-7,5%	-0,8%	24,5%	8,5%
Развлечения	-32,9%	28,1%	176,5%	235,8%	206,5%	10,9%	-18,0%
Салоны красоты, массаж, SPA	-11,2%	4,3%	508,6%	216,1%	59,1%	37,2%	-13,0%
Спорт	18,8%	27,7%	431,9%	195,4%	39,2%	30,5%	-8,8%
Такси, каршеринг, аренда авто	-16,1%	-6,4%	147,3%	114,5%	48,0%	20,3%	-6,9%
Телеком-оборудование и услуги	33,4%	9,7%	17,2%	18,8%	3,9%	-2,9%	1,0%
Товары для красоты и здоровья	-4,0%	5,9%	130,2%	85,0%	35,1%	6,2%	-22,1%
Товары для строительства и ремонта	1,9%	2,1%	33,2%	20,5%	-3,6%	1570,2%	47,5%
Топливо, автосервис	7,4%	3,3%	36,1%	26,0%	0,6%	3,5%	3,4%
Турагентства	-6,2%	156,6%	6947,4%	4854,7%	3495,4%	-2,6%	454,7%
Универсальные магазины	16,1%	12,8%	2,6%	-21,4%	-5,5%	14,4%	31,8%
Хобби и увлечения	-0,2%	0,3%	68,8%	22,5%	-16,0%	3,0%	-5,3%
Цветы и подарки	-5,0%	16,8%	103,6%	58,6%	10,7%	35,2%	-19,0%
Ювелирные изделия	-0,9%	8,6%	841,4%	270,8%	51,7%	318,0%	-12,7%

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.