

Оперативная оценка динамики потребительских расходов



С 8 по 14 ноября 2021 г.

- Прирост расходов на товары и услуги в России за период 8 – 14 ноября 2021 г. составил +13,0% г/г.
- Спрос полностью нормализовался после карантинной недели. Очевидного эффекта отложенных покупок нет, зато выразительно проявляется отпечаток распродаж, приуроченных к дате 11.11.
- Скидки и спецпредложения спровоцировали ровно такой же всплеск спроса, что и в пандемийном 2020 г. – на 22% относительно обычных дней октября (см. график 3).
- В абсолютном выражении дополнительные траты составили 63 млрд. руб.
- Главным бенефициаром распродаж ожидаемо стала непродовольственная розница, где темпы трат приблизились к августовским показателям (+15,1% г/г).
- Кроме того, структура роста всё больше смещается в сторону интернет-площадок: доля онлайн в основных непродовольственных товарных категориях¹ в распродажу выросла с 36% до 43%. Становится нормой покупать бытовую технику, мебель и товары для развлечений в интернете.
- Отметим незначительное падение спроса в категории «Одежда, обувь и аксессуары» в 2021 г. (-3% к октябрю) вместо роста, который наблюдался в прошлом году (+15%). Это может свидетельствовать о возвращении к «старым» привычкам в условиях возвращения непродовольственной розницы к работе оффлайн.
- Индекс потребительской активности после краткосрочного падения в первую неделю ноября вернулся к уровню октября (74,7 пункта).

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.

¹ Включают в себя категории «Бытовая техника и электроника», «Компьютеры и ПО», «Книги, музыка, фото, видео», «Мебель и предметы интерьера», «Одежда, обувь и аксессуары», «Товары для красоты и здоровья», «Универсальные магазины», «Хобби и увлечения», «Цифровые товары», «Ювелирные изделия».

График 1

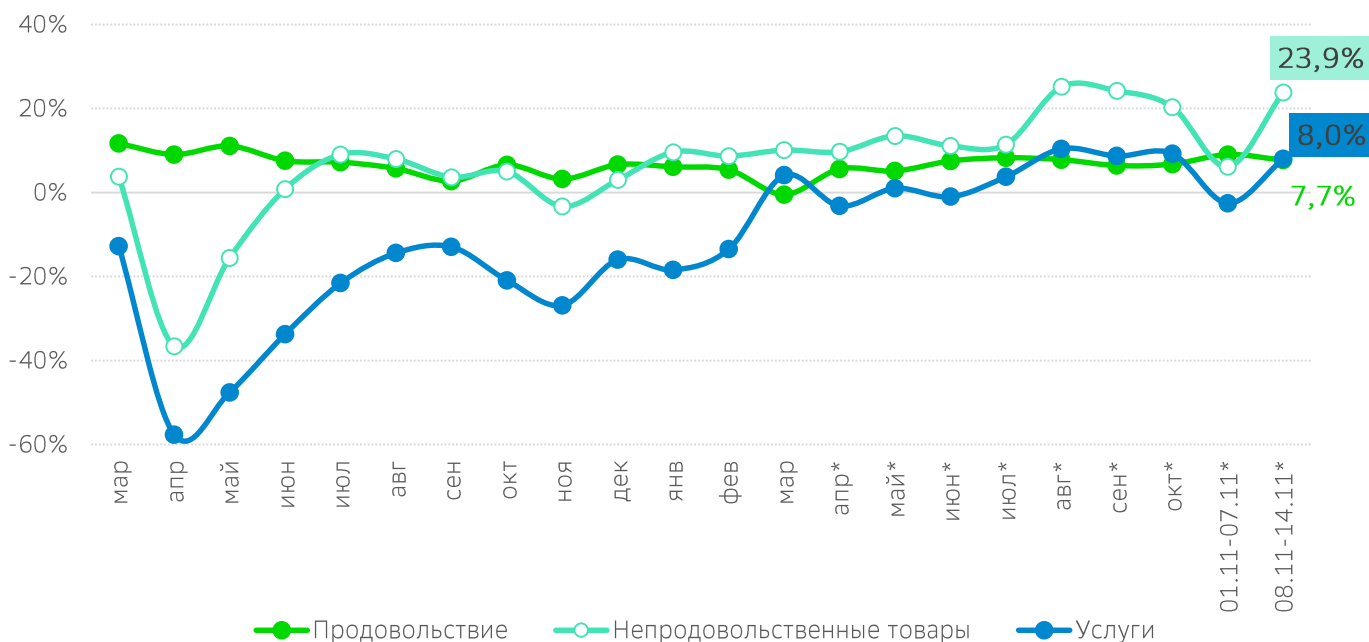
Динамика расходов на товары и услуги и индекс потребительской активности



Источник: рассчитано по данным Сбера.

График 2

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

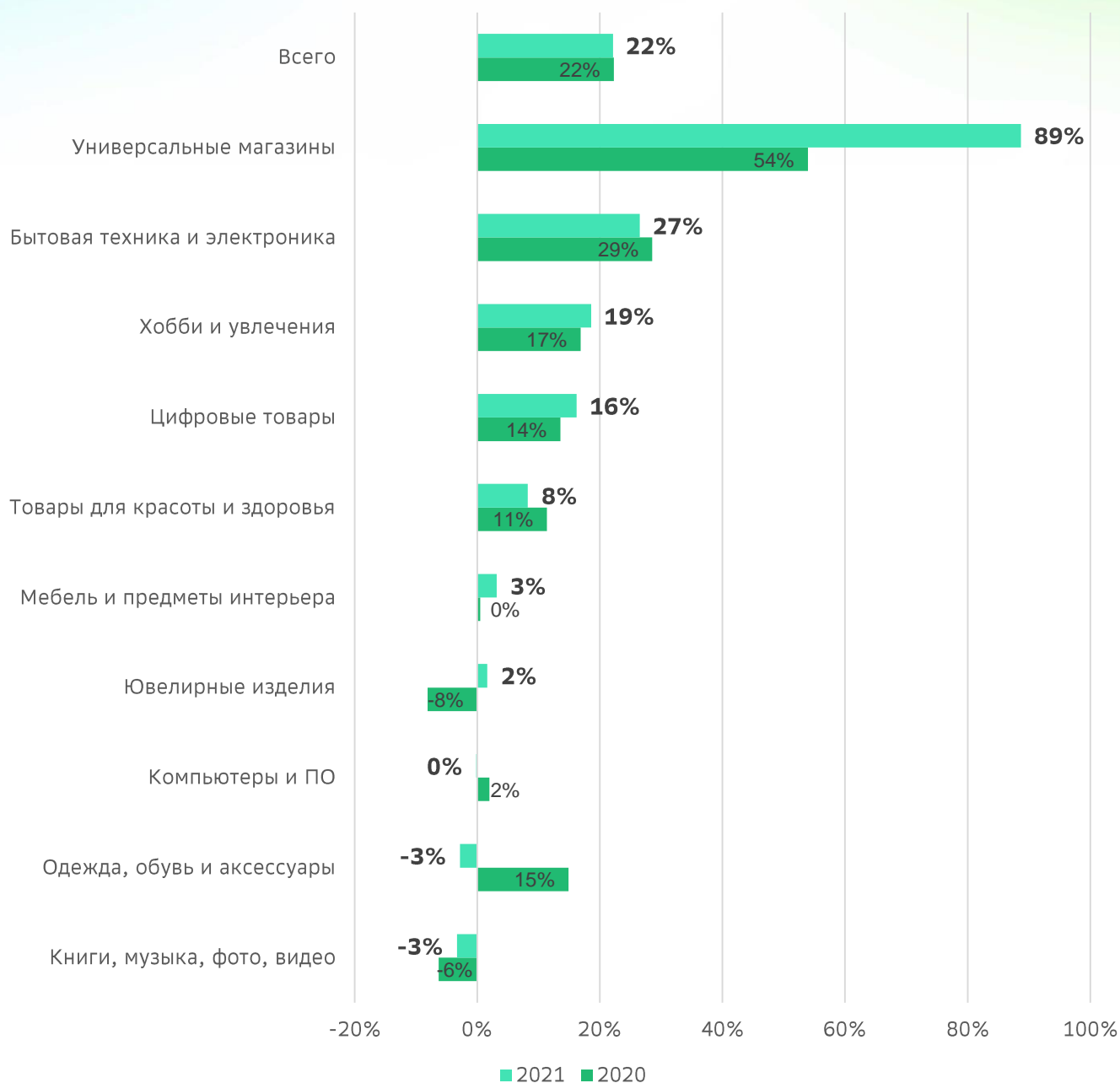


Источник: рассчитано по данным Сбера

Данные для периодов, помеченных звездочкой (*), являются нормализованными (% в год, SA); сравнение происходит с последними допандемийными неделями 2020 года.

График 3

Изменение объёмов трат в дни распродаж «11.11» относительно средних объёмов недель октября-ноября, %²

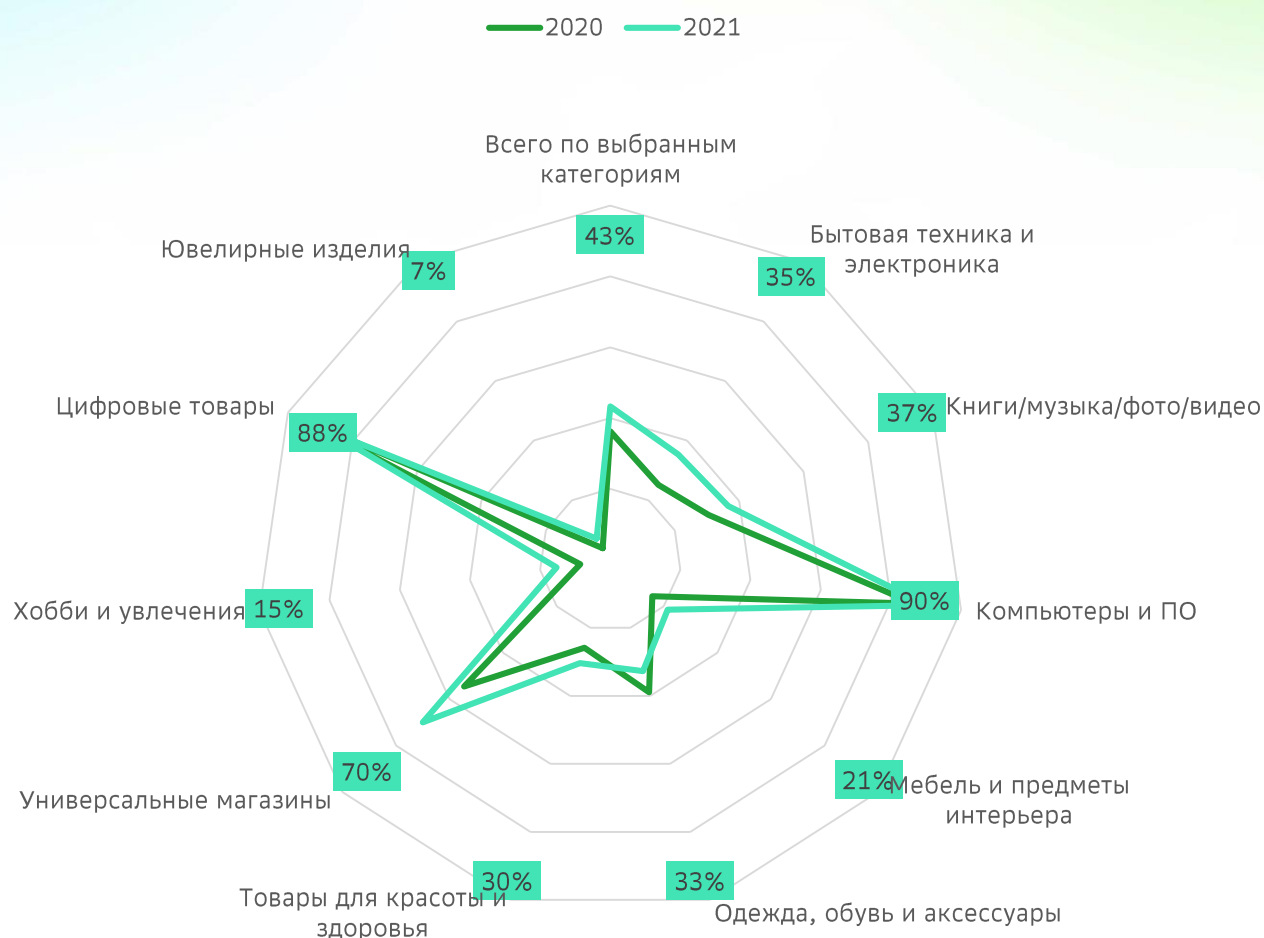


Источник: рассчитано по данным Сбера.

² Рассматриваются дни 10 и 11 ноября: среда, четверг для 2021 г., вторник, среда для 2020 г. Нормировка суммы объёмов трат за 10–11.11 производилась на среднее из суммы объёмов трат за 2 дня по 4 неделям, начиная с последней недели сентября и далее первых трёх недель октября.

График 4

Доля онлайн-расходов в дни распродаж «11.11» в разрезе категорий, %



Источник: рассчитано по данным Сбера.

Приложение 1.

Изменение номинальных расходов относительно сопоставимого периода предшествующего года, %, SA

Данные для периодов, помеченных звёздочкой (*), являются нормализованными (% в год/ AR); сравнение происходит с последними допандемийными неделями 2020 года.

Категория	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	01.11-07.11	08.11-14.11	08.11-14.11*
Все категории	10,5%	15,8%	15,4%	13,7%	4,0%	13,0%	13,3%
Все товары, в т.ч.:	6,8%	14,1%	15,2%	12,5%	3,5%	11,0%	15,1%
– продовольственные	2,4%	9,9%	12,3%	11,6%	12,9%	7,4%	7,7%
– непродовольственные	11,9%	18,9%	17,8%	13,3%	-6,5%	15,1%	23,9%
Услуги	19,0%	19,6%	15,9%	17,0%	5,7%	17,8%	8,0%
Duty Free	177,5%	58,2%	35,1%	72,5%	133,5%	91,3%	-11,5%
Авиабилеты	23,9%	26,7%	4,4%	-4,8%	3,9%	20,7%	-25,9%
Автодилеры и автозапчасти	11,7%	22,4%	23,8%	15,9%	24,0%	22,6%	29,2%
Бытовая техника и электроника	11,2%	12,4%	14,7%	9,6%	-13,5%	5,4%	38,3%
Винные магазины	7,8%	8,0%	6,2%	9,4%	14,4%	8,1%	8,5%
Домашние животные	6,0%	7,8%	2,0%	-1,5%	-5,4%	-3,6%	6,5%
Дорожные пошлины	-0,1%	-8,5%	-0,1%	-34,1%	9,0%	10,0%	-10,3%
Канцтовары	-0,7%	21,8%	-1,8%	-7,7%	-36,7%	-5,3%	-1,5%
Кафе, бары, рестораны	27,2%	18,0%	11,7%	11,5%	-10,1%	4,9%	-5,4%
Книги, музыка, фото и видео	13,0%	16,5%	-2,0%	1,3%	-28,0%	-0,2%	-6,1%
Компьютеры и ПО	47,1%	61,5%	55,9%	53,1%	32,8%	51,0%	32,5%
Контрактные услуги	26,8%	25,2%	16,8%	3,4%	-20,0%	10,5%	37,8%
Лекарства и медицинские товары	21,2%	18,2%	14,3%	1,2%	-9,2%	-8,9%	5,2%
Локальный транспорт	4,9%	-1,2%	-1,3%	-5,9%	-21,1%	6,6%	-8,1%
Мебель и предметы интерьера	4,8%	14,8%	15,2%	9,8%	-23,8%	10,0%	18,4%
Медицинские услуги	19,5%	19,1%	11,8%	9,4%	-1,6%	12,7%	13,7%

Категория	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	01.11-14.11	08.11-14.11	08.11-14.11*
Одежда, обувь и аксессуары	7,4%	18,8%	22,7%	15,6%	-12,4%	2,5%	19,2%
Отели в России	19,3%	1,1%	-2,8%	3,7%	9,0%	9,2%	-8,7%
Отели за рубежом	146,5%	99,7%	84,7%	117,8%	149,3%	131,1%	-52,2%
Парковки и гаражи	115,5%	99,7%	87,2%	90,9%	40,9%	91,1%	36,7%
Продуктовые магазины	1,9%	10,0%	12,7%	11,7%	12,7%	7,3%	7,6%
Развлечения	149,2%	88,1%	87,7%	155,5%	143,0%	150,6%	20,9%
Салоны красоты, массаж, СПА	23,7%	19,8%	11,8%	10,4%	-38,9%	14,2%	-5,2%
Спорт	17,2%	32,3%	37,7%	20,3%	-29,3%	35,1%	4,9%
Такси, каршеринг, аренда авто	13,3%	10,7%	8,0%	11,20%	-2,2%	14,6%	4,0%
Телеком-оборудование и услуги	16,7%	27,2%	26,3%	22,1%	10,2%	11,3%	13,9%
Товары для красоты и здоровья	9,4%	12,4%	3,2%	1,5%	-32,8%	-5,1%	-4,0%
Товары для строительства и ремонта	10,7%	17,4%	15,3%	11,2%	-3,7%	17,8%	25,8%
Топливо, автосервис	12,9%	16,3%	15,0%	14,9%	16,2%	16,2%	11,0%
Турагентства	542,9%	429,4%	485,9%	477,8%	329,3%	359,0%	128,4%
Универсальные магазины	22,0%	35,6%	30,1%	29,9%	26,2%	49,6%	60,8%
Хобби и увлечения	-2,9%	24,3%	17,6%	7,4%	-12,2%	9,2%	11,2%
Цветы и подарки	14,2%	15,5%	11,4%	9,3%	-2,7%	10,7%	-7,0%
Ювелирные изделия	18,7%	13,2%	11,5%	13,0%	-40,7%	9,5%	-7,4%

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.