

Оперативная оценка потребительской активности россиян 27 апреля – 3 мая

Выпуск 8
5 мая 2020

- С 27 апреля по 3 мая расходы потребителей увеличились на 5,3% по сравнению с предыдущей неделей. Снижение к сопоставимому периоду 2019 г. сократилось до 13,2%.
- Предварительная оценка динамики расходов на товары и услуги за апрель составляет –17,2% г/г.
- Спрос в ряде товарных категорий продолжает восстанавливаться, и это тенденция последних недель. По итогам периода 27.04–03.05 падение в непродовольственном сегменте сократилось до 9,3% г/г, при том что в начале апреля оно достигало 42% г/г.
- Продолжается бурный рост в сегменте «Универсальные магазины» (+71,2% г/г), куда входят крупнейшие интернет-ритейлеры. Доля онлайн-транзакций здесь возросла с 25% в I кв. 2020 г. до 63% в апреле.
- Доля онлайн-операций в основных непродовольственных категориях возросла в апреле в среднем на 26 п.п. относительно I кв. 2020 г.¹

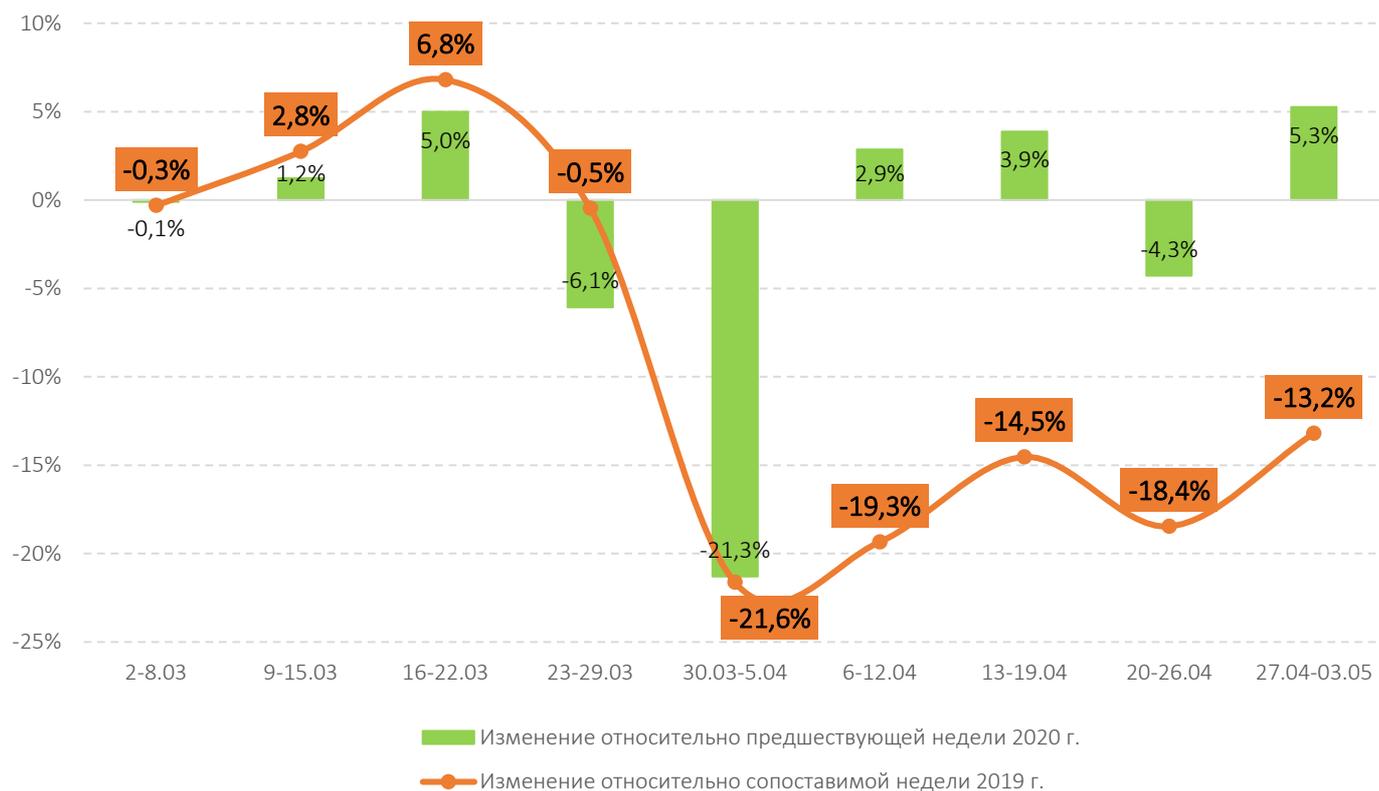
Лаборатория «СберДанные» и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса. Приведенные значения являются оценкой для генеральной совокупности и не отражают изменения потребительского поведения клиентов Сбербанка.

С 27 апреля по 3 мая расходы потребителей возросли на 5,3% по сравнению с предшествующей неделей. Падение относительно сопоставимого периода 2019 г. сократилось до 13,2%. Предварительная оценка динамики расходов на товары и услуги в России за весь апрель составляет –17,2% г/г. Риски для данной оценки смещены в сторону понижения, так как наличный оборот мог сократиться сильнее, чем предполагает модель.² При этом стоит отметить, что и потребители, и бизнес проявили устойчивость, которая выразилась в постепенном восстановлении трат во второй половине месяца.

¹ Без учета услуг.

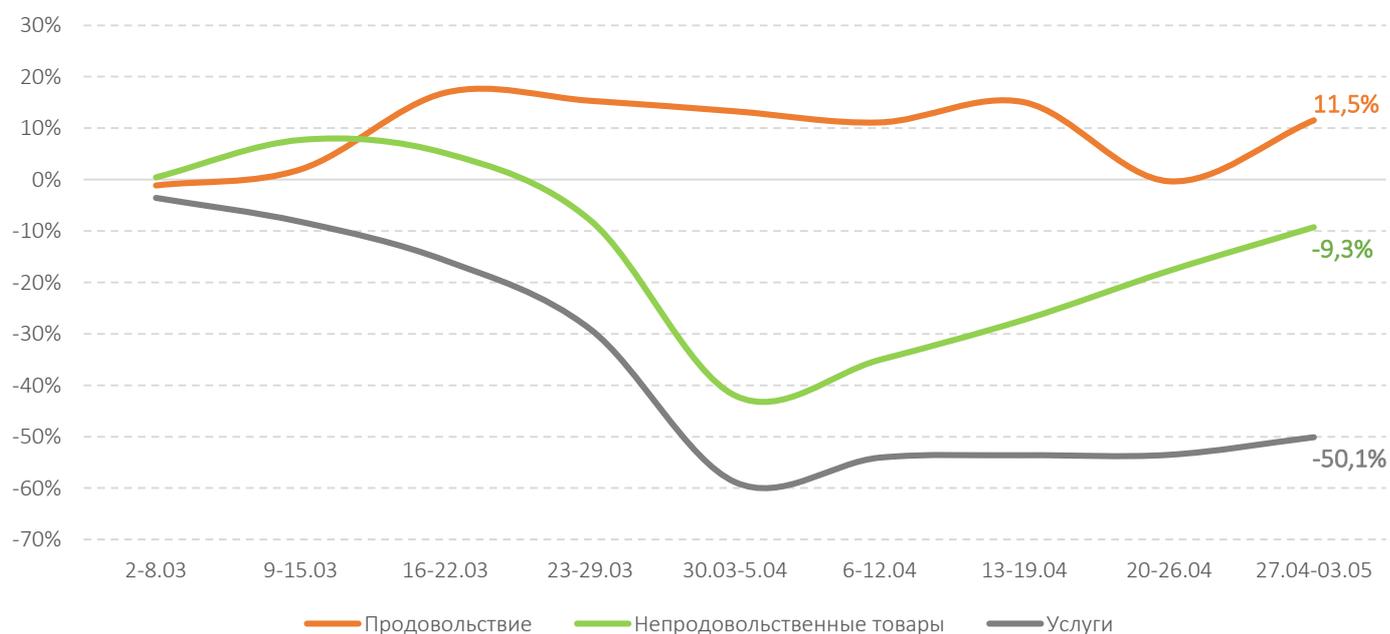
² Пессимистическая оценка составляет –26,4% г/г.

График 1. Изменение расходов физических лиц на товары и услуги в реальном выражении (%).



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 2. Изменение спроса на товары (оценка динамики розничного товарооборота) и услуги, % г/г.



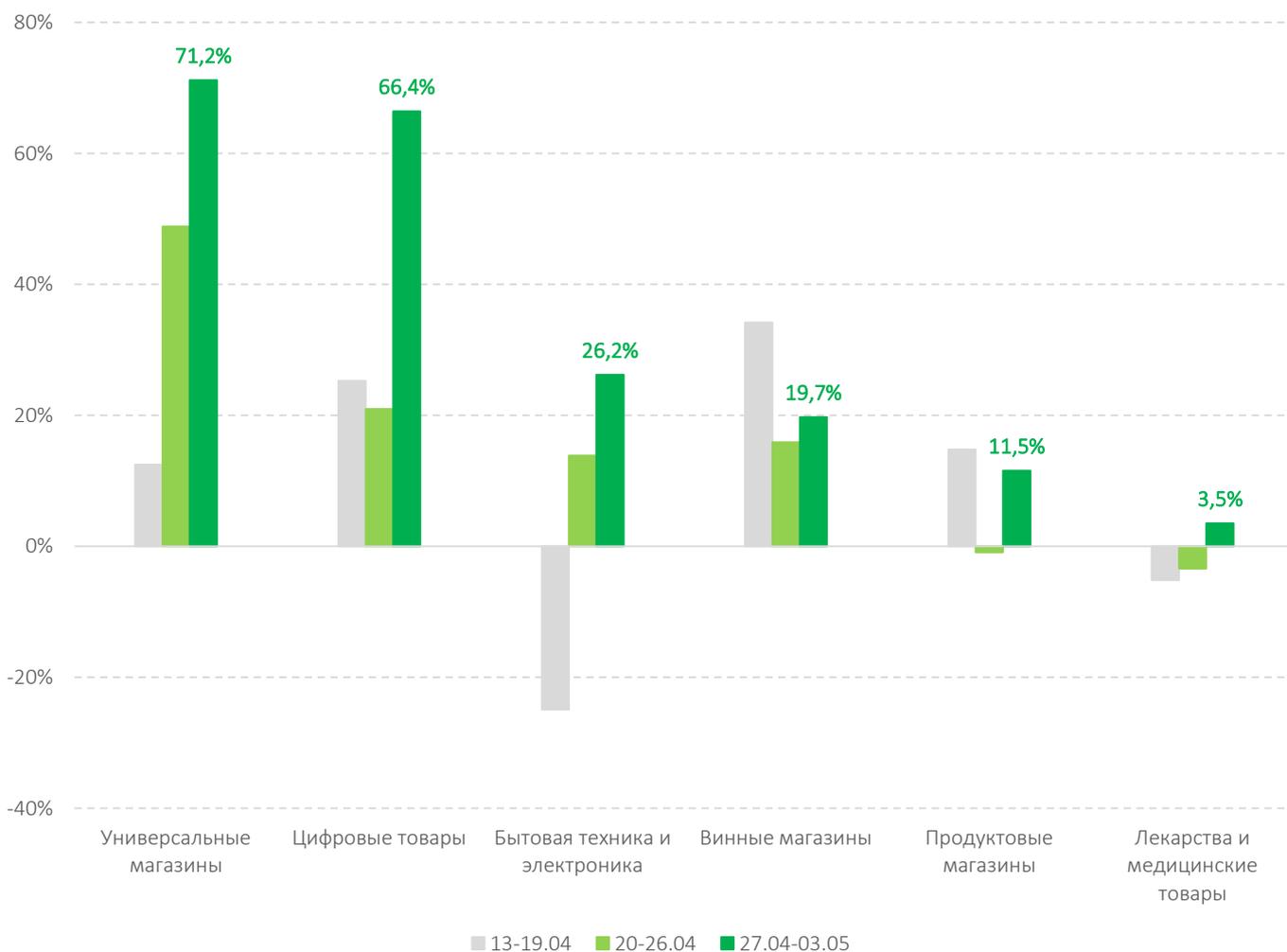
Источник: рассчитано по данным Сбербанка

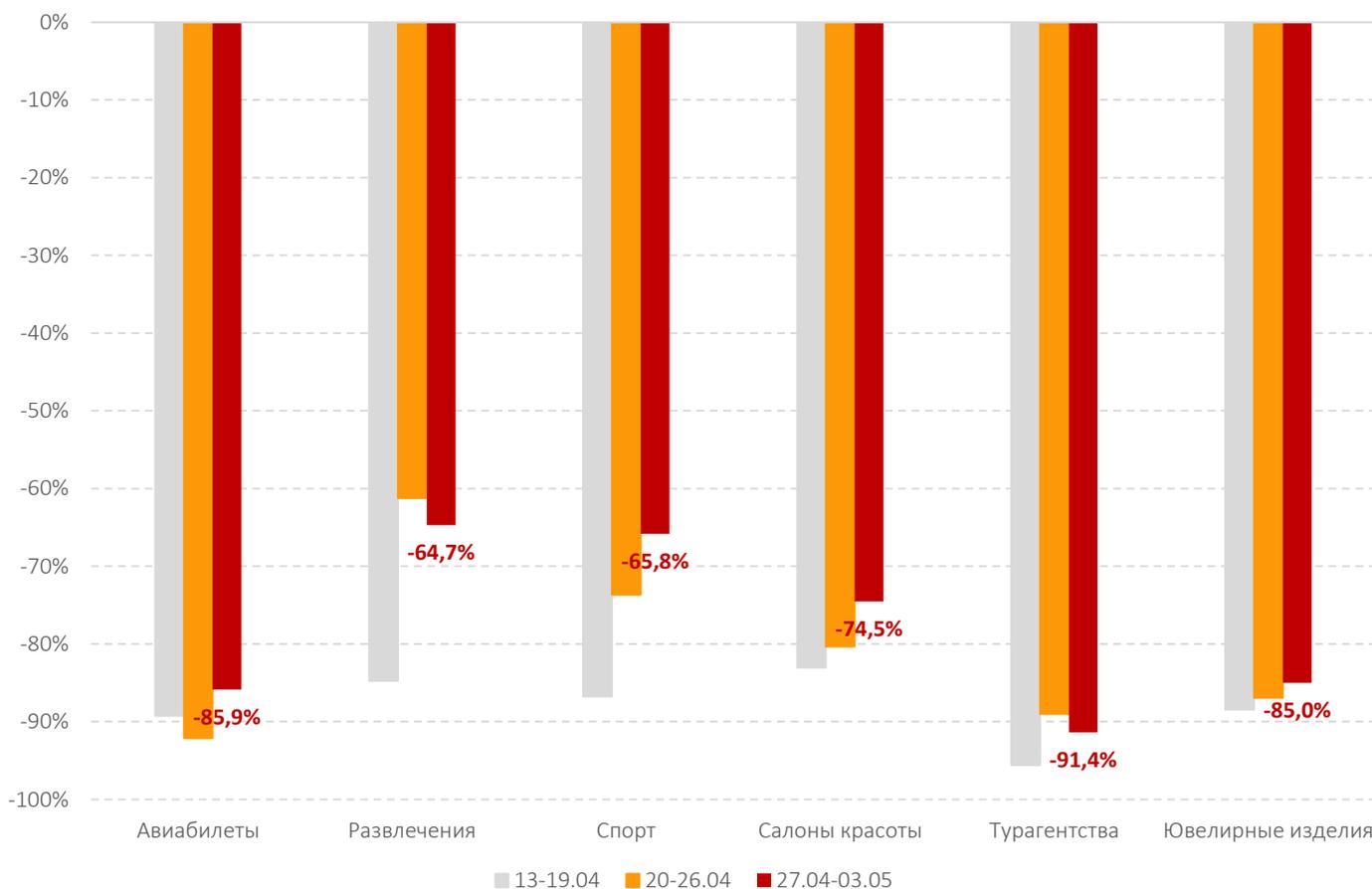
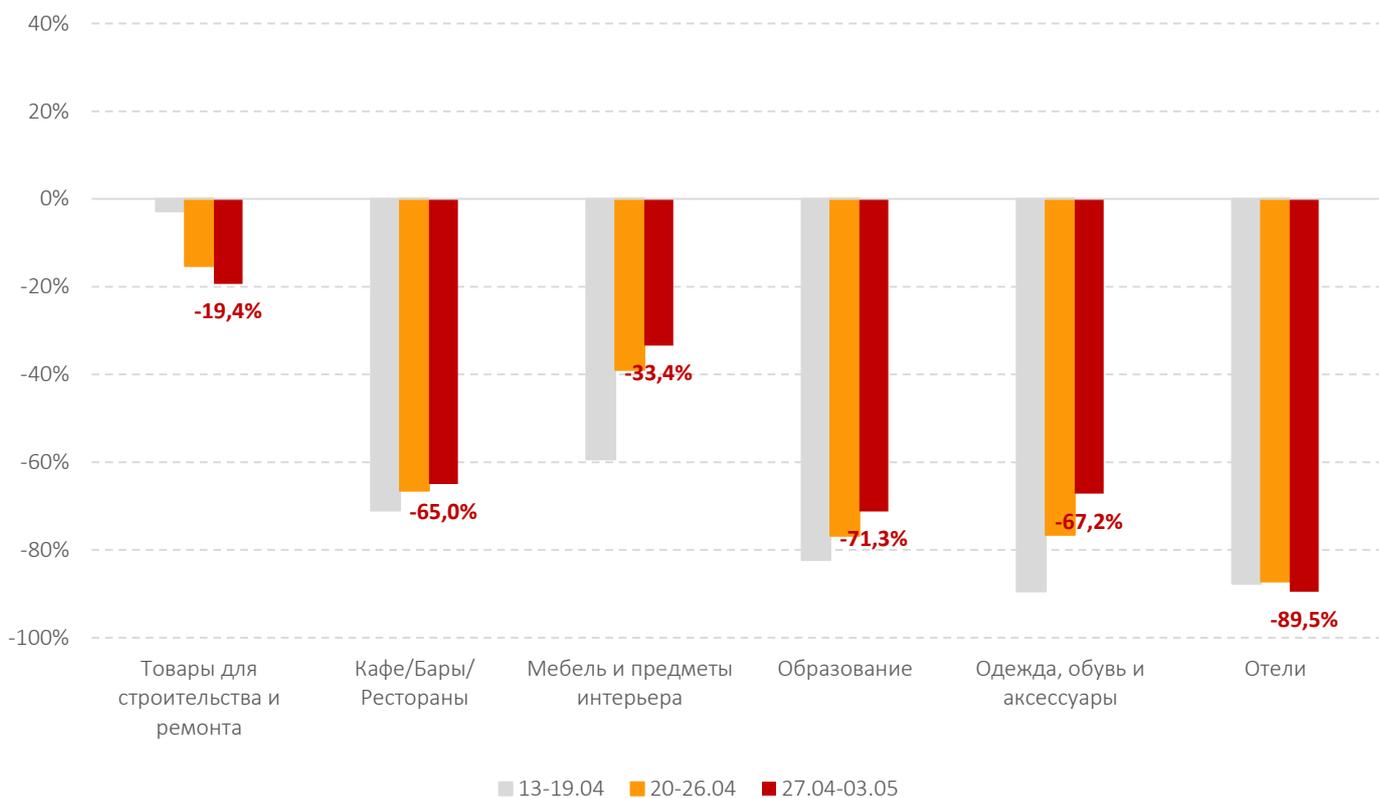
Россияне осторожно, но последовательно наращивают объемы расходов в тех сегментах, где есть такая возможность. Падение товарных категорий за вычетом продовольствия по итогам исследуемой недели составляет 9,3% г/г против 42% г/г в первую неделю апреля, сразу после объявления периода самоизоляции.

В категориях «Бытовая техника и электроника» (+26,2% г/г) и «Универсальные магазины» (+71,2% г/г) остается уверенный рост по сравнению с 2019 годом. Эти же категории находятся в пятерке лидеров по приросту доли онлайн-платежей: в апреле — +29 п.п. и +38 п.п. соответственно, по сравнению с I кв. 2020 г.

Конечно, доля интернет-покупок увеличилась по всем товарным категориям. Это происходит автоматически из-за приостановки продаж офлайн. Но и все возвращение потребительского спроса теперь происходит лишь посредством электронных каналов. Даже в сегменте автодилеров 30% от всех сделок было оплачено онлайн, хотя они традиционно избегают такого вида расчетов для минимизации издержек. А в категории «Образование» почти все платежи (97,2%) теперь совершаются в интернете.

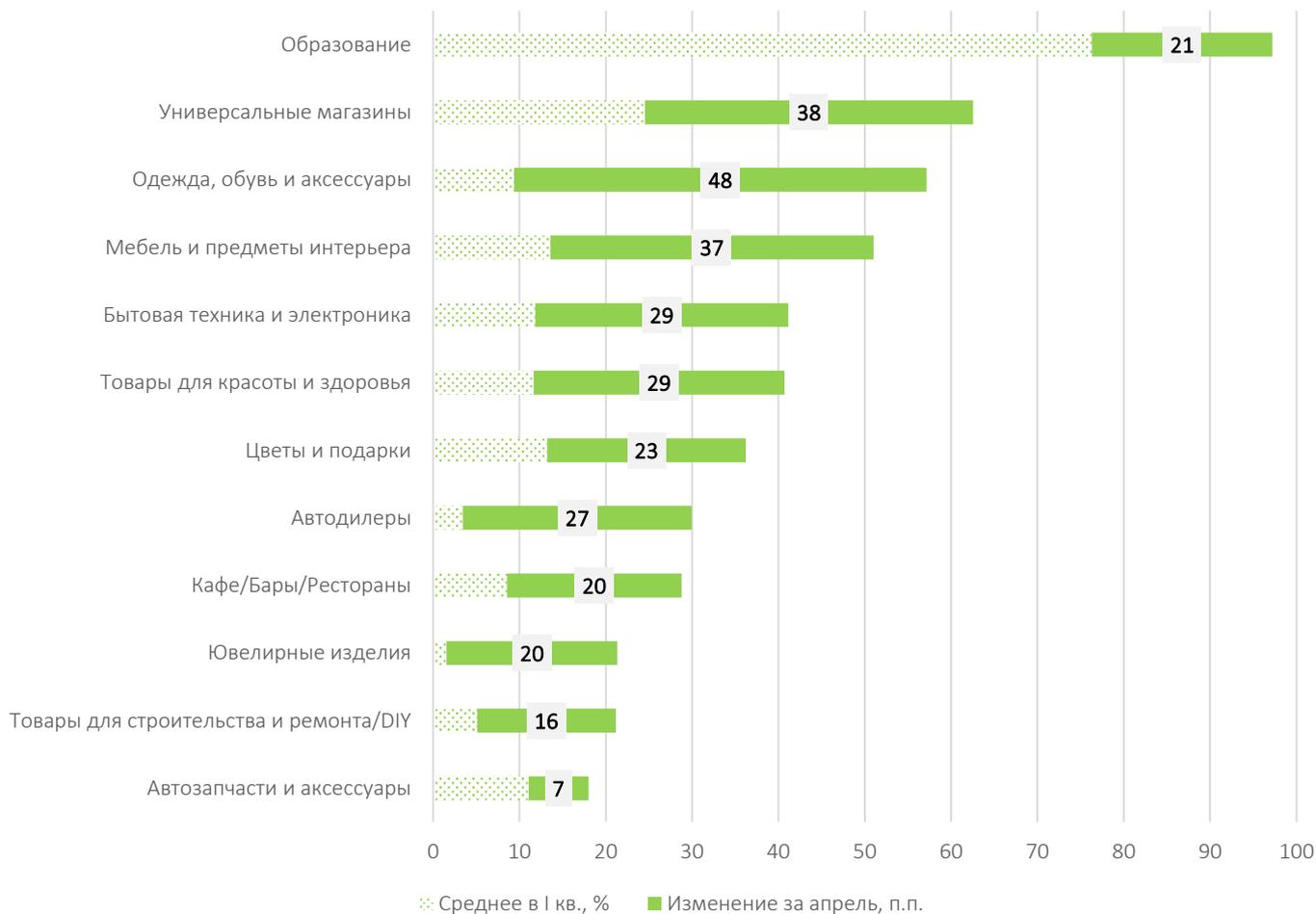
График 3. Изменение расходов по ключевым направлениям трат в реальном выражении, %, относительно сопоставимой недели 2019 г.





Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 4. Изменение доли онлайн-платежей, апрель относительно I кв. 2020 г.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Приложение 1. Изменение расходов в реальном выражении относительно сопоставимого периода 2019 г., %, SA.

Категория трат	Изменение за неделю 13.04–19.04	Изменение за неделю 20.04–26.04	Изменение за неделю 27.04–03.05
Duty Free	-98,7%	-98,2%	-98,1%
Аренда автотранспорта	-55,4%	-93,6%	-96,0%
Турагентства	-95,6%	-89,0%	-91,4%
Отели	-87,7%	-87,2%	-89,5%
Авиабилеты	-89,2%	-93,5%	-85,9%
Ювелирные изделия	-88,4%	-86,9%	-85,0%
Салоны красоты/Массаж/SPA	-83,0%	-79,6%	-74,5%
Локальный транспорт	-69,8%	-76,7%	-73,0%
Образование	-82,4%	-76,8%	-71,3%
Одежда, обувь и аксессуары	-89,5%	-76,6%	-67,2%
Парковки и гаражи	-65,6%	-78,8%	-65,8%
Спорт	-88,2%	-75,0%	-65,8%
Кафе/Бары/Рестораны	-71,0%	-64,6%	-65,0%
Развлечения	-73,5%	-68,8%	-64,7%
Такси	-69,0%	-58,2%	-48,8%
Товары для красоты и здоровья	-70,7%	-49,3%	-47,0%
Дорожные пошлины	-42,1%	-61,0%	-42,0%
Медицинские услуги	-62,8%	-53,1%	-33,9%
Мебель и предметы интерьера	-59,4%	-15,9%	-33,4%
Цветы и подарки	-50,3%	-46,5%	-33,0%
Ремонтные услуги	-27,1%	-53,0%	-31,0%
Канцтовары	-54,6%	-39,8%	-25,2%
Хобби и увлечения	-36,5%	-23,5%	-21,5%
Товары для строительства и ремонта/DIY	-2,8%	-15,3%	-19,4%
Топливо, автосервис	-30,1%	-27,3%	-14,4%
Контрактные услуги	-17,5%	-20,1%	-10,5%
Телекоммуникационные услуги	-22,7%	-46,7%	-10,2%
Автозапчасти и аксессуары	-29,0%	-22,0%	-3,3%
Домашние животные	-14,1%	-3,9%	+2,8%
Лекарства и медицинские товары	-5,2%	-3,4%	+3,5%
Компьютеры и ПО	-56,8%	-13,5%	+3,6%

Категория трат	Изменение за неделю 13.04–19.04	Изменение за неделю 20.04–26.04	Изменение за неделю 27.04–03.05
Продуктовые магазины	+14,8%	-1,0%	+11,5%
Телекоммуникационное оборудование	+44,2%	+15,4%	+16,4%
Винные магазины	+34,2%	+15,7%	+19,7%
Книги/Музыка/Фото/Видео	-40,4%	-18,8%	+20,5%
Бытовая техника и электроника	-34,6%	+21,9%	+26,2%
Цифровые товары	+5,5%	+20,9%	+66,4%
Универсальные магазины	+12,5%	+48,8%	+71,2%

Лаборатория «СберДанные» — инициатива Сбербанка по обработке и анализу больших данных. На основе информации, получаемой из платежных систем и общедоступных источников, эксперты банка предоставляют количественные характеристики социально-экономических процессов, происходящих в стране на макро- и микроэкономическом уровне. При анализе используются только агрегированные обезличенные данные. Персональная информация и любая информация, составляющая коммерческую тайну, не раскрываются.

Авторы исследований: М. Матовников, Н. Корженевский, М. Камротов.

Проект реализуется совместно с дивизионом «Корпоративные клиенты 360» и его исполнительным директором по исследованию данных Д. Золотаревым.

Дивизион «Корпоративные клиенты 360» — подразделение Сбербанка, ответственное за развитие цифрового профиля корпоративных клиентов Сбербанка, и создание аналитических продуктов на основе больших данных.

Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.

При публикации материалов проекта ссылка на Сбербанк обязательна.

Электронная версия:



Контакты: media@sberbank.ru

ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015.