

Оперативная оценка динамики потребительских расходов

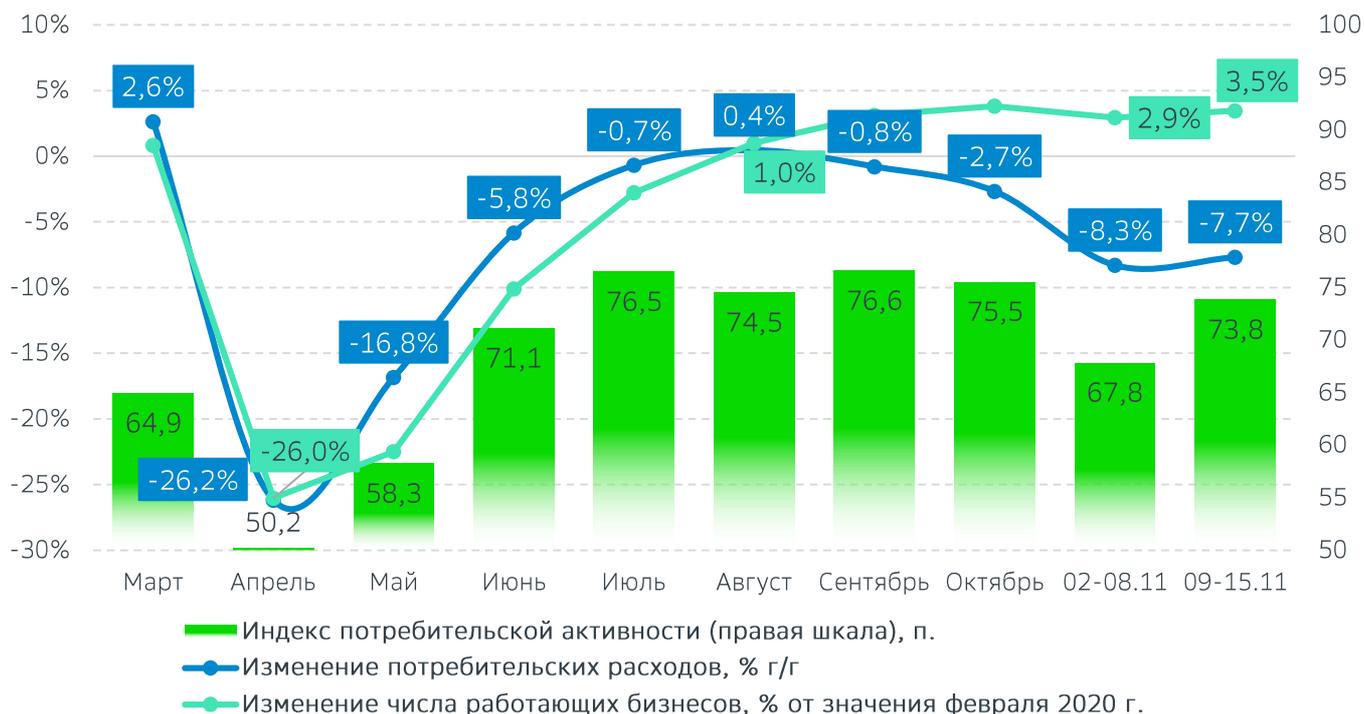
9–15 ноября 2020 г.

- В период с 9 по 15 ноября динамика потребительских расходов оставалась подавленной. Изменение составило в $-7,7\%$ г/г после снижения на $8,3\%$ г/г недель ранее.
- Всё ухудшение за неделю сконцентрировано в непродовольственных товарных категориях ($-2,2\%$ г/г), и особенно в «Универсальных магазинах» ($-4,9\%$ г/г).
- Такой результат связан с низкой активностью потребителей в глобальных распродажах 11 ноября. Объём трат в этот день был на 45% ниже показателей 2019 года и повлиял на сумму расходов за всю неделю.
- Вклад фактора слабого спроса во время так называемых распродаж ко «Дню холостяка» в общее изменение составляет порядка $-1,2$ п.п.
- Другие индикаторы указывают на стабилизацию потребительского спроса на низких уровнях.
- Сохраняется падение в категории «Одежда, обувь и аксессуары» ($-5,4\%$ г/г), отрицательная динамика зафиксирована в сегменте «Товары для строительства и ремонта» ($-1,8\%$ г/г), что нехарактерно для условий пандемии.
- Индекс потребительской активности, который рассчитывается на [SberIndex.ru](https://sberindex.ru), за неделю восстановился до $73,8$ п. Такой показатель заметно ближе к норме, чем неделю назад.
- Количество активных бизнесов 9-15 ноября начало восстанавливаться после двух недель снижения. Общее число работающих торговых точек на $3,5\%$ выше уровней февраля.

Лаборатория СберИндекс и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса.

График 1

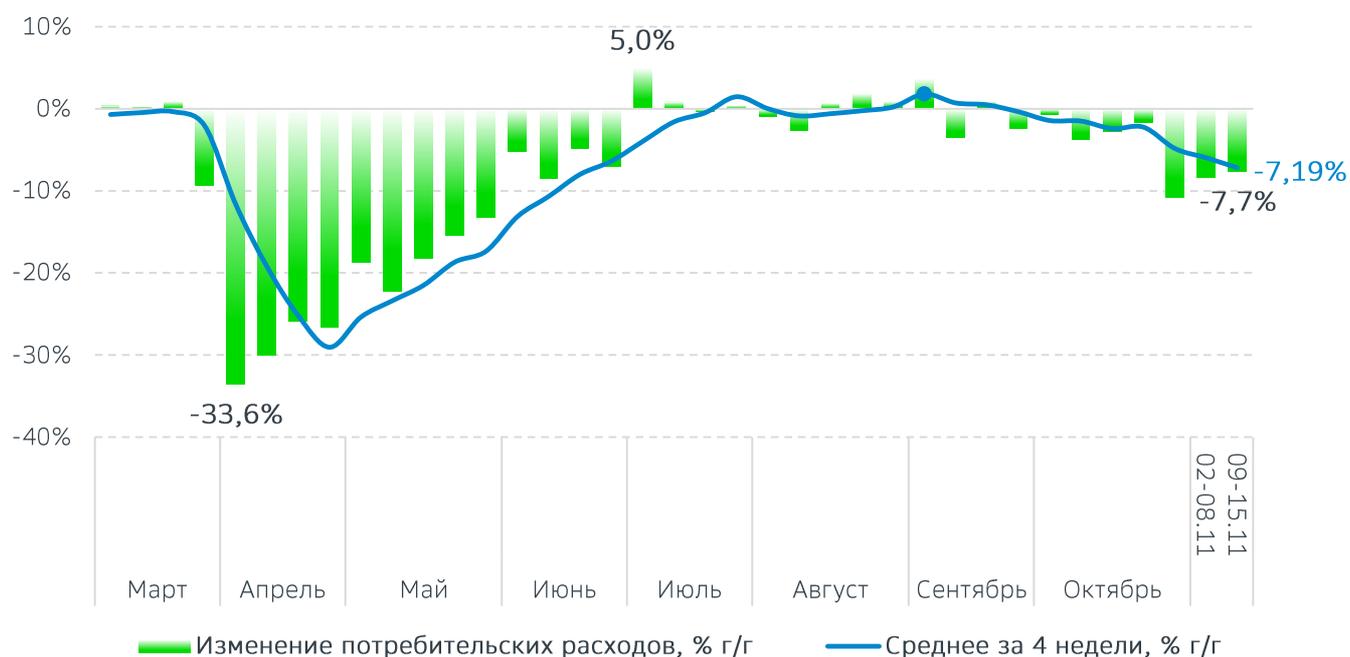
Динамика расходов на товары и услуги и индекс потребительской активности¹



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 2

Понедельная динамика расходов населения на товары и услуги

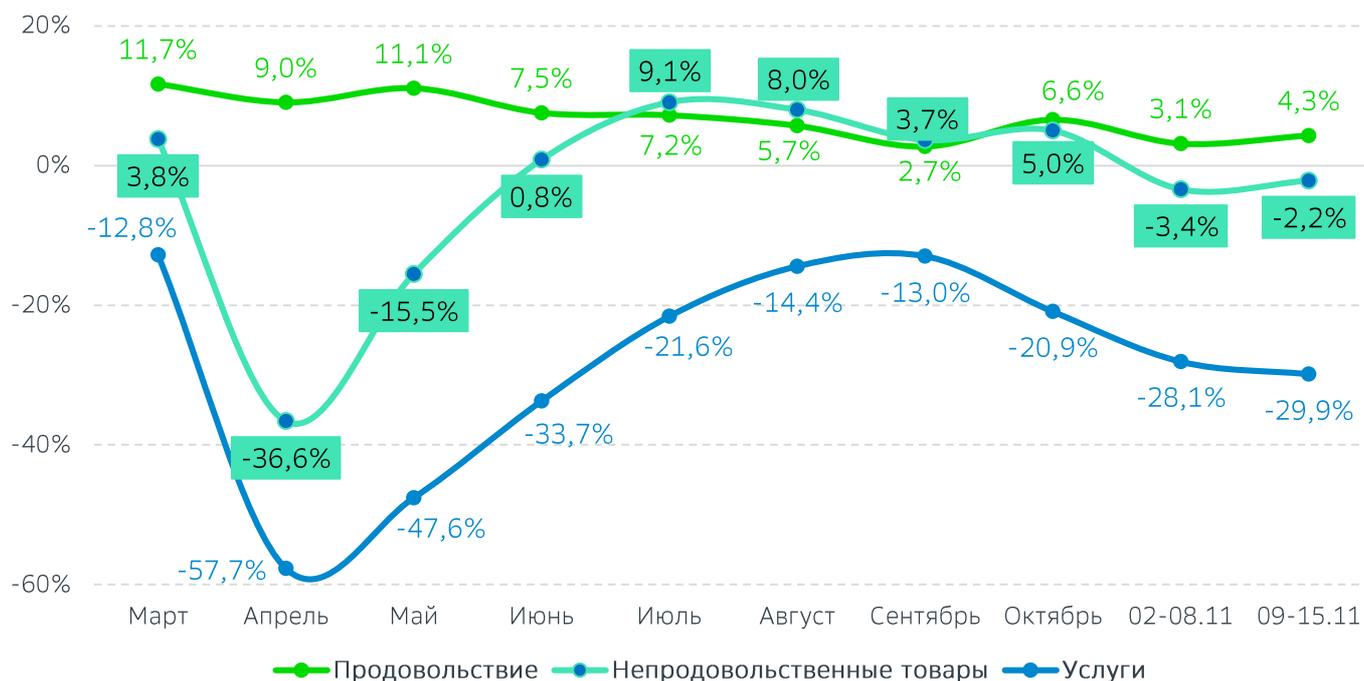


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

¹Подробнее об индексе потребительской активности см. на SberIndex.ru.

График 3

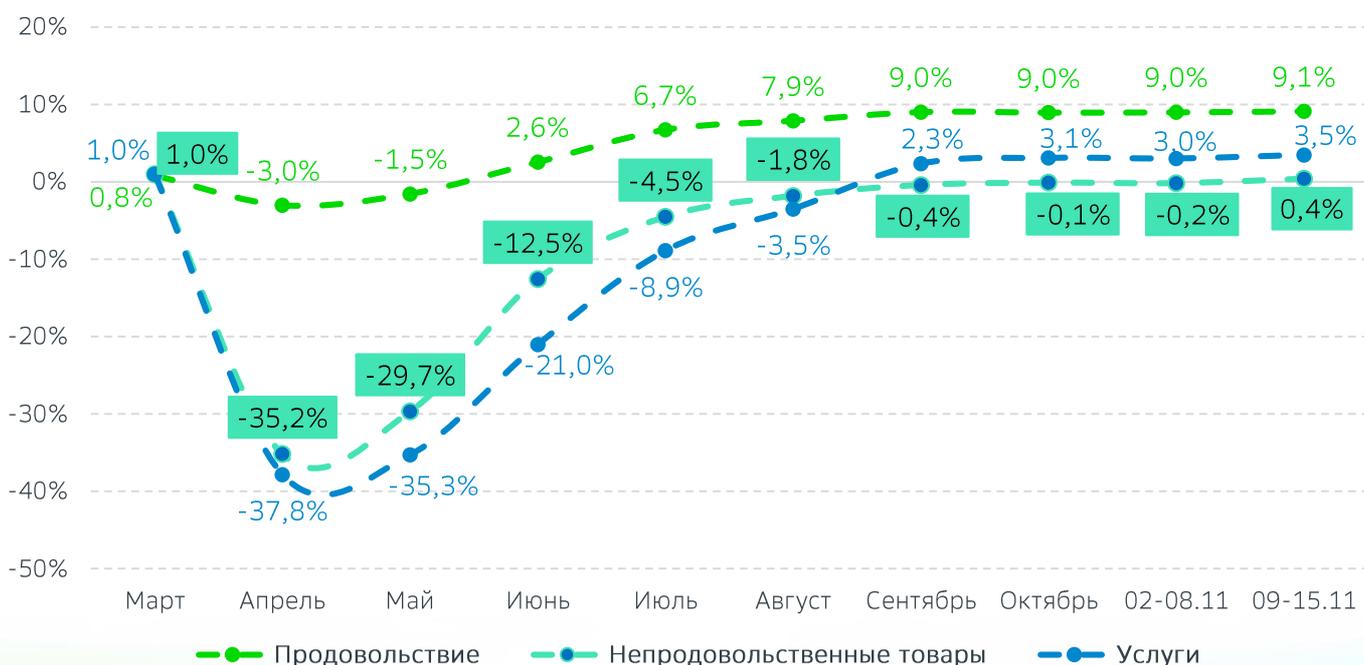
Изменение расходов в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 4

Изменение числа активных торгово-сервисных точек в разрезе основных направлений трат, % г/г



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Приложение 1

Изменение расходов относительно сопоставимого периода 2019 г., %, SA

Категория	Август	Сентябрь	Октябрь	02.11-08.11	09.11-15.11
Все категории	0,4%	-0,8%	-2,7%	-8,3%	-7,7%
Продовольственные товары	5,7%	2,7%	6,6%	3,1%	4,3%
Непродовольственные товары	8,0%	3,7%	5,0%	-3,4%	-2,2%
Услуги	-14,4%	-13,0%	-20,9%	-28,1%	-29,9%
Duty Free	-62,4%	-71,1%	-62,9%	-79,0%	-80,1%
Авиабилеты	-40,4%	-40,0%	-49,6%	-53,4%	-59,9%
Автодилеры	2,0%	-1,8%	-7,8%	-18,1%	-5,1%
Автозапчасти и аксессуары	6,9%	7,5%	1,3%	2,2%	16,7%
Бытовая техника и электроника	27,9%	19,2%	10,7%	6,6%	18,4%
Винные магазины	1,8%	-2,4%	3,8%	3,1%	-1,6%
Домашние животные	2,1%	-3,0%	0,2%	-7,2%	-0,5%
Дорожные пошлины	-7,0%	-15,8%	-19,9%	-32,7%	-35,3%
Канцтовары	-1,3%	-6,1%	-8,3%	-18,2%	-12,8%
Кафе, рестораны	-22,2%	-23,7%	-29,6%	-30,3%	-36,1%
Книги, музыка, фото и видео	-9,1%	-9,6%	-14,4%	-32,2%	-36,5%
Компьютеры и ПО	74,4%	61,2%	46,9%	42,2%	62,4%
Контрактные услуги	9,9%	22,0%	28,9%	44,4%	33,2%
Лекарства и медицинские товары	7,9%	3,7%	19,9%	23,1%	22,6%
Локальный транспорт	-25,4%	-22,7%	-30,3%	-38,6%	-43,6%
Мебель и предметы интерьера	8,7%	4,9%	7,4%	1,1%	6,9%
Медицинские услуги	11,4%	13,3%	7,6%	3,1%	-3,0%
Одежда, обувь и аксессуары	11,4%	7,4%	0,9%	-16,9%	-5,4%

Категория	Август	Сентябрь	Октябрь	02.11-08.11	09.11-15.11
Отели	-53,2%	-57,9%	-64,5%	-72,6%	-80,8%
Парковки и гаражи	0,1%	7,2%	8,8%	-1,3%	-11,3%
Продуктовые магазины	5,9%	0,1%	6,7%	3,1%	4,7%
Развлечения	-39,7%	-46,1%	-61,5%	-63,4%	-68,5%
Ремонтные услуги	-23,3%	-22,4%	-24,5%	-29,4%	-31,5%
Салоны красоты, массаж, SPA	-19,8%	-21,4%	-21,4%	-28,9%	-31,8%
Спорт	1,0%	-9,3%	-3,7%	-14,6%	-5,0%
Такси, каршеринг, аренда авто	-4,2%	1,8%	-9,4%	-24,3%	-24,4%
Телекоммуникационные услуги	22,5%	20,5%	20,1%	-2,2%	-9,5%
Товары для красоты и здоровья	2,0%	-6,5%	-0,3%	-9,4%	-3,4%
Товары для строительства и ремонта	1,3%	-3,6%	1,1%	-2,2%	-1,8%
Топливо, автосервис	-0,7%	-4,4%	-5,0%	-15,7%	-18,4%
Турагентства	-35,1%	-33,7%	-31,5%	-14,5%	-26,2%
Универсальные магазины	21,3%	25,5%	14,6%	10,8%	-4,9%
Хобби и увлечения	2,3%	-4,6%	-0,2%	-10,1%	0,8%
Цветы и подарки	2,1%	-1,9%	-5,0%	-12,0%	-13,3%
Цифровые товары	-17,6%	-5,7%	2,3%	-18,3%	6,8%
Ювелирные изделия	-9,3%	-11,0%	-5,5%	-6,9%	-9,5%

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

Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.
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 уровне. 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.