

# Оперативная оценка потребительской активности россиян 23–29 марта

Выпуск 3  
1 апреля 2020

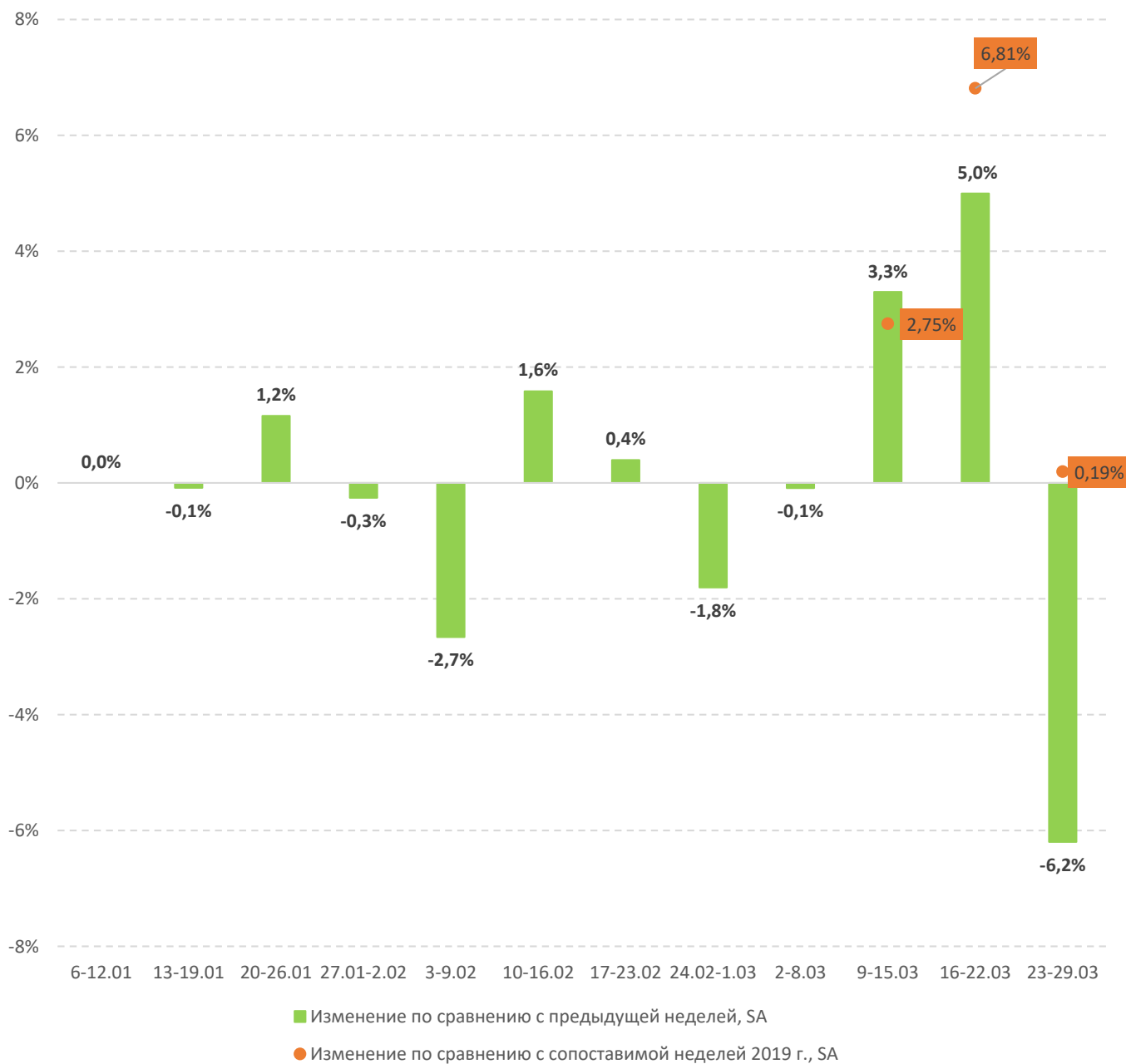
- Общий всплеск потребительских расходов подходит к концу. Сокращение трат за неделю 23–29 марта составило 6,2% к предшествующей неделе.
- Объем трат в реальном выражении вернулся на прошлогодний уровень. Прирост к сопоставимой неделе 2019 г. составляет лишь 0,2% г/г.
- За счет периода с 9 по 23 марта увеличение расходов за весь месяц будет достаточно сильным, порядка 5% г/г.
- Наибольший прирост за период 23–29 марта зафиксирован в категории «Винные магазины» (+21,9% неделя к неделе, +31,8% г/г).
- Пиковый спрос сохраняется в сегментах «Продуктовые магазины» (+16,3% г/г), «Лекарства и медицинские товары» (+37,8% г/г).
- Все еще присутствует дополнительный спрос в категории «Бытовая техника и электроника», а также других направлениях, где много импортных товаров.
- Траты в категориях «Развлечения» и «Авиабилеты» находятся на 80% ниже уровней сопоставимой недели 2019 г.; в «Турагентствах» — падение на 90%.

---

*Лаборатория «СберДанные» и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по оперативной оценке потребительского спроса.*

В расходах россиян на товары и услуги наметилось снижение. **За неделю с 23 по 29 марта траты упали на 6,2% по сравнению с предшествующей неделей.** Прирост к сопоставимой неделе 2019 г. прирост составляет лишь 0,2% г/г. Положительный результат получился благодаря 27 марта, когда в наших данных был зафиксирован еще один эпизод повышенного спроса в базовых потребительских категориях. После этого активность покупателей быстро пошла на спад. Уже прошедшие выходные оказались отчетливо слабыми.

**График 1. Изменение расходов физических лиц на товары и услуги в реальном выражении (%).<sup>2</sup>**

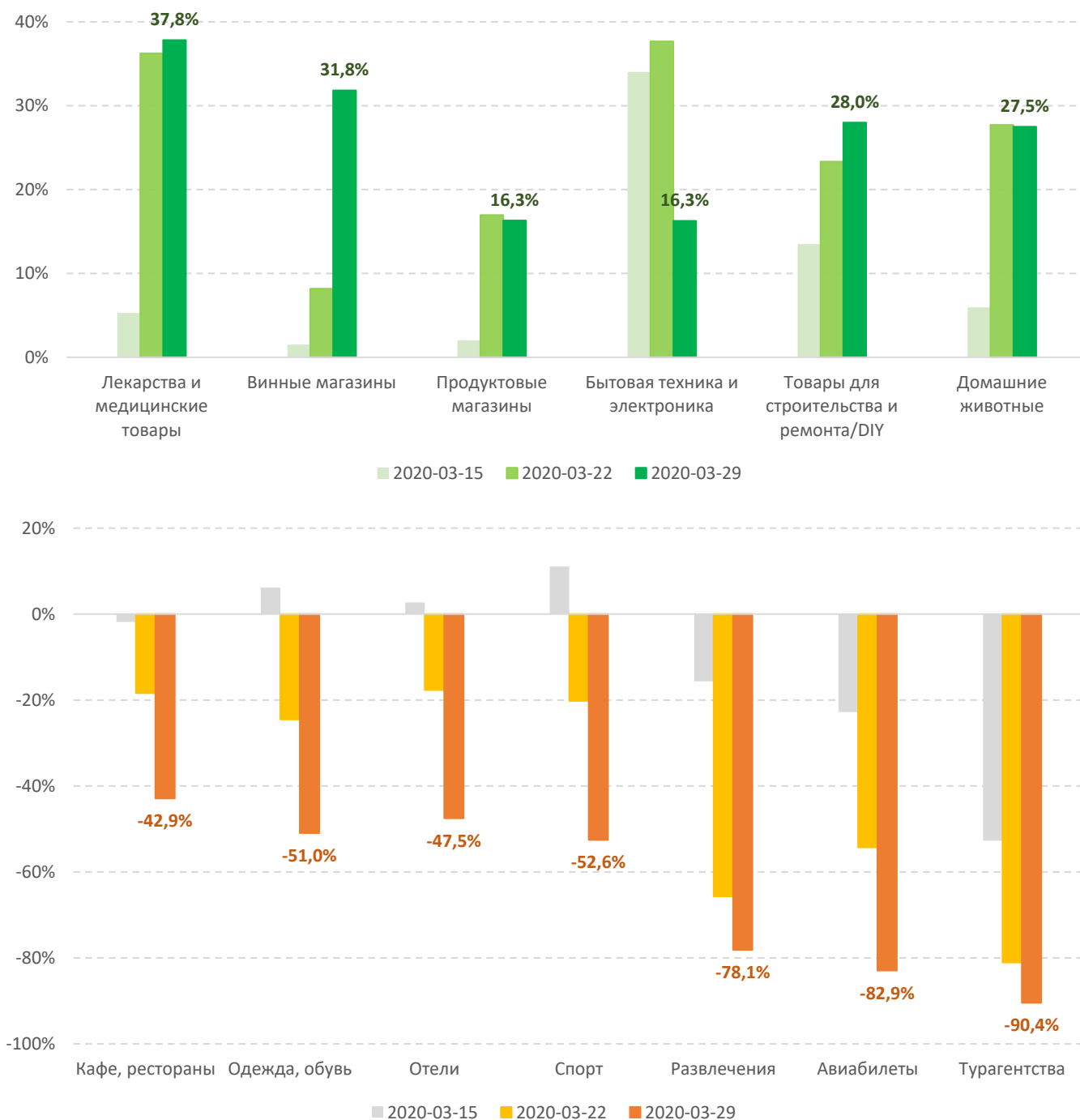


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Спецификой периода с 23 по 29 марта стало выраженное снижение расходов, связанных с поездками. Траты на такси, каршеринг, парковки и платные дороги были на 20–50% ниже, чем в прошлом году.<sup>1</sup> Очевидно, россияне начинают сознательно минимизировать передвижения внутри населенных пунктов. Это логически сочетается с резким сокращением трат в категории «Развлечения» (-78,1% по сравнению с сопоставимой неделей 2019 г.), а также в сегментах «Одежда, обувь и аксессуары» (-51,0%) и «Кафе, рестораны» (-42,9%).

<sup>2</sup> Значения оценок отличаются от приведенных в предыдущих исследованиях (выпуски 1 и 2), так как мы переходим к анализу полной недели с понедельника по воскресенье. Ранее оценки базировались на семидневном периоде с субботы по следующую пятницу включительно.

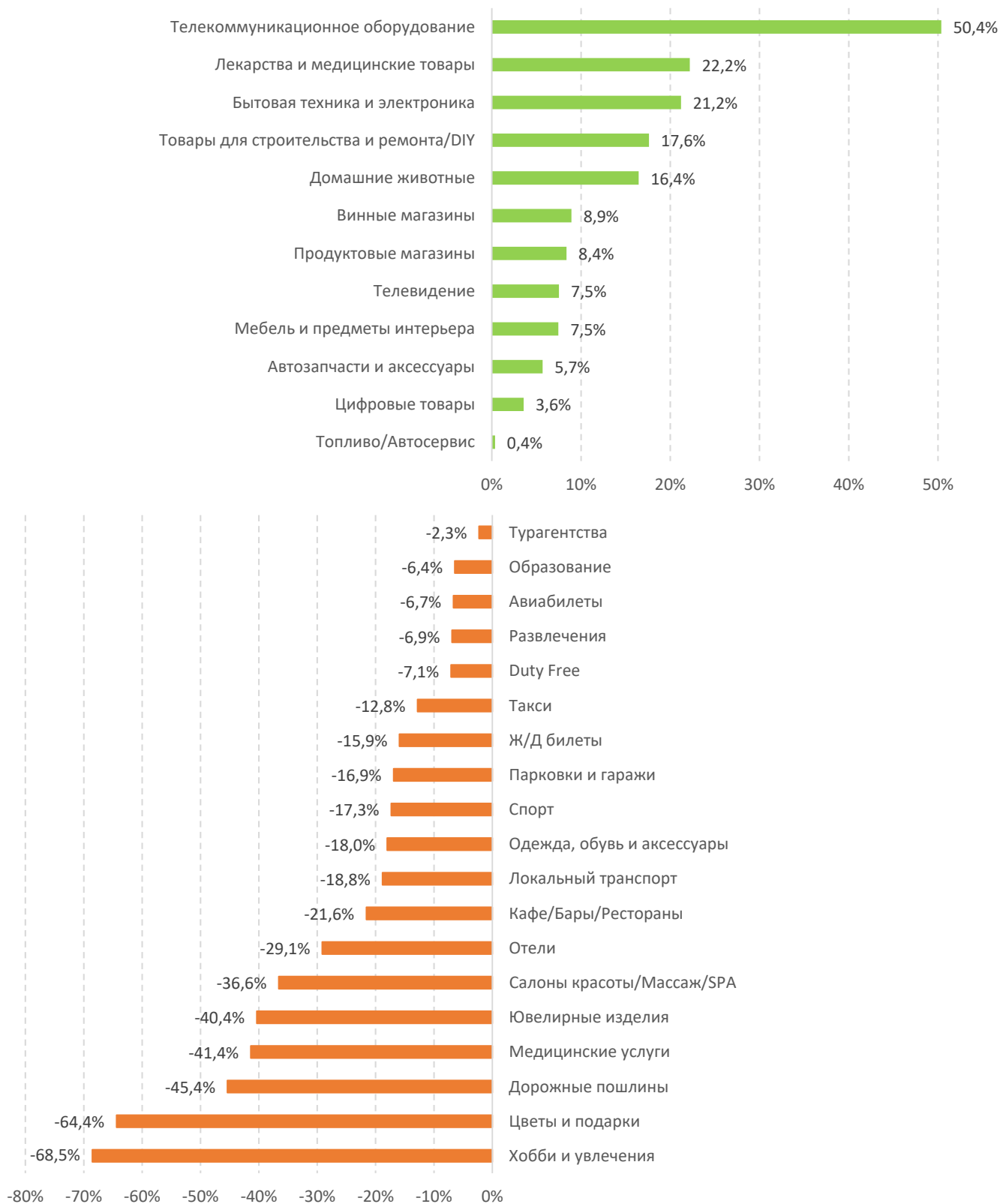
**График 2. Изменение расходов по ключевым направлениям трат в реальном выражении (%) относительно сопоставимой недели 2019 г. В легенде указан последний день недели.**



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Продолжает усугубляться ситуация в отраслях туристической сферы. Расходы на отели в России почти в два раза ниже уровня 2019 г., на авиабилеты — на 83% ниже, чем год назад. В турагентствах падение составляет более 90%. Отметим, что такой результат отчасти является следствием активных возвратов билетов и туров. Порядка половины текущей выручки компаний в этих секторах, по нашим оценкам, может приходиться на компенсацию отмененных бронирований.

**График 3. Изменение расходов по итогам четырех полных недель марта (02.03–29.03 2020 г.) относительно сопоставимого периода 2019 г., %**



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

---

Благодаря двум неделям активных продаж в таких крупных категориях как продовольствие и бытовая техника, по итогам марта будет зафиксирован всплеск расходов. За четыре полные недели месяца номинальный прирост составил не менее 5% г/г.<sup>3</sup> Оборот розничной торговли, скорее всего, вырастет даже быстрее, так как львиная доля дополнительного спроса пришлась на товары, а не услуги.

Однако мы отмечаем «узость» структуры этого роста. Количество сегментов, где есть положительная динамика по сравнению с предыдущей неделей, последовательно снижается. За период 23–29 марта 48 из 59 анализируемых категорий сократились в реальном выражении. В ходе следующей, нерабочей, недели негативные тенденции наверняка будут превалировать.

---

<sup>3</sup> Окончательно уточнить оценку можно будет после появления данных по инфляции.

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

| Категория трат                         | 23–29 марта 2020 г. | 2–29 марта 2020 г. |
|--|---------------------|--------------------|
| Телекоммуникационное оборудование      | 67,17%              | 50,37%             |
| Лекарства и медицинские товары         | 37,83%              | 22,19%             |
| Винные магазины                        | 31,83%              | 8,91%              |
| Товары для строительства и ремонта/DIY | 27,99%              | 17,61%             |
| Домашние животные                      | 27,50%              | 16,45%             |
| Продуктовые магазины                   | 16,32%              | 8,37%              |
| Бытовая техника и электроника          | 16,27%              | 21,20%             |
| Телевидение                            | -0,24%              | 7,52%              |
| Цифровые товары                        | -0,25%              | 3,56%              |
| Автозапчасти и аксессуары              | -0,98%              | 5,69%              |
| Топливо/Автосервис                     | -2,31%              | 0,35%              |
| Мебель и предметы интерьера            | -6,13%              | 7,46%              |
| Дорожные пошлины                       | -17,33%             | -6,68%             |
| Медицинские услуги                     | -19,38%             | -6,92%             |
| Хобби и увлечения                      | -20,08%             | -2,28%             |
| Цветы и подарки                        | -23,47%             | -6,44%             |
| Салоны красоты/Массаж/SPA              | -34,07%             | -12,82%            |
| Ж/Д билеты                             | -35,87%             | -29,14%            |
| Локальный транспорт                    | -37,18%             | -17,32%            |
| Ювелирные изделия                      | -38,27%             | -7,08%             |
| Кафе/Бары/Рестораны                    | -42,90%             | -16,92%            |
| Такси                                  | -47,30%             | -36,60%            |
| Отели                                  | -47,51%             | -15,92%            |
| Парковки и гаражи                      | -48,34%             | -21,59%            |
| Одежда, обувь и аксессуары             | -50,96%             | -18,01%            |
| Спорт                                  | -52,56%             | -18,83%            |
| Развлечения                            | -78,15%             | -41,38%            |
| Образование                            | -78,22%             | -64,38%            |
| Duty Free                              | -81,80%             | -40,35%            |
| Авиабилеты                             | -82,95%             | -45,39%            |
| Турагентства                           | -90,44%             | -68,54%            |

*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](mailto:media@sberbank.ru)*

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