

# Оперативная оценка потребительской активности россиян 30 марта – 5 апреля

Выпуск 4  
8 апреля 2020

- Расходы россиян на товары и услуги с 30 марта по 5 апреля упали на 22,9% по сравнению с предыдущей неделей.
- Снижение к сопоставимой неделе 2019 г. составляет 23,3%.
- По нашим оценкам, падение розничного товарооборота составляет 11,3% г/г, без учета категории «Продуктовые магазины» — на 37,3% г/г.
- Безналичные расходы на услуги рухнули на 58,8% г/г.
- Повышенный спрос сохраняется в сегментах «Продуктовые магазины» (+9,2% г/г), «Лекарства и медицинские товары» (+15,5% г/г), «Винные магазины» (+31,0% г/г).
- В таких категориях, как «Одежда, обувь и аксессуары», «Спорт», «Салоны красоты», «Мебель и предметы интерьера», спрос исчез практически полностью.
- Такая же ситуация наблюдается во всем, что так или иначе связано с путешествиями, теперь как международными, так и внутри страны.

---

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

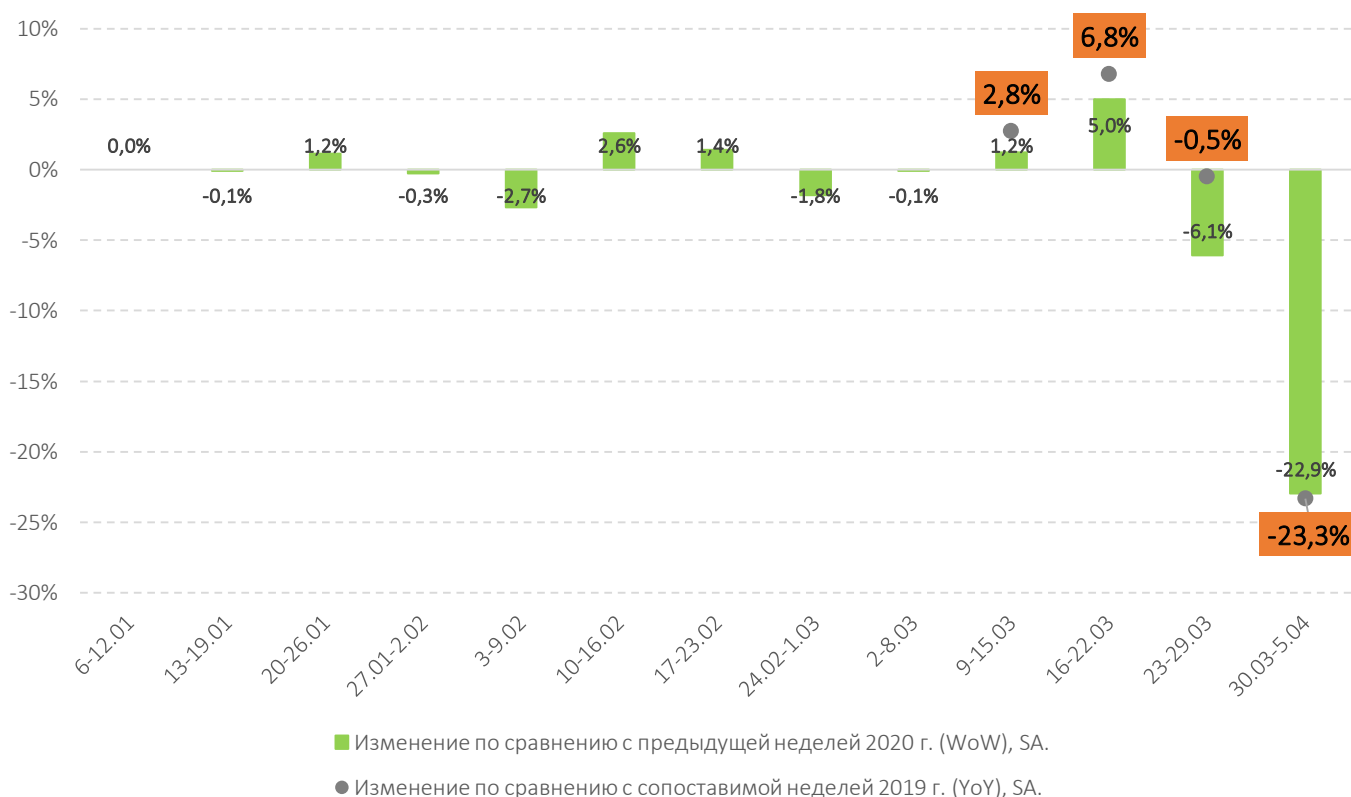
**С 30 марта по 5 апреля расходы населения на товары и услуги снизились на 22,9% по сравнению с предшествующей неделей.** Почти такое же изменение наблюдается относительно сопоставимой недели прошлого года (-23,3% г/г). В случае, если текущие уровни потребления сохраняются до конца месяца, это подразумевает прямой вычет из ВВП в размере порядка ВВП в размере порядка 900–950 млрд руб. (0,9% от годового объема).<sup>1</sup> С учетом того, что карантин, вероятно, сохранится до мая, то риски для данной оценки — понижительные.

---

<sup>1</sup> Приведена консервативная оценка, не учитывающая специфику методологии Системы национальных счетов (СНС).

Основной удар приходится на сектор услуг. Здесь с 30 марта по 5 апреля безналичные расходы снизились на 58,8% относительно сопоставимого периода прошлого года. При этом начал быстро падать и спрос на товары, чего до апреля не отмечалось: общее изменение составляет -11,3% г/г, без учета сегмента «Продуктовые магазины» — -37,3% г/г.

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

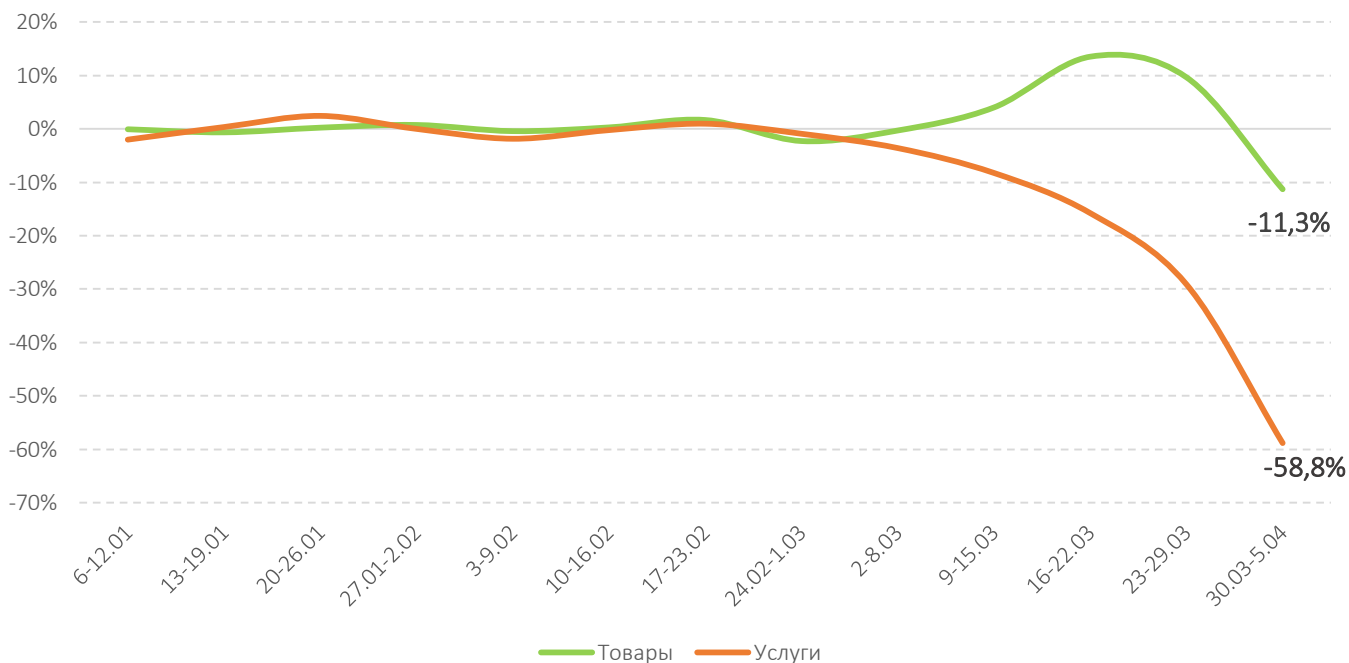


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

**Мы видим ряд категорий, где даже абсолютная величина трат постепенно приближается к нулю.** Уже несколько недель подряд в сегментах «Авиабилеты», «Турагентства», «Отели» фиксируются лишь минимальные продажи. В начале месяца к ним прибавились «Спорт», «Салоны красоты», «Развлечения». Такая же ситуация — в ряде крупных товарных категорий: «Одежда и обувь» (-94,2% г/г), «Мебель и предметы интерьера» (-81,0%). Прекратилась скупка бытовой техники и электроники. По итогам отчетной недели траты здесь падают на 58,2% г/г.

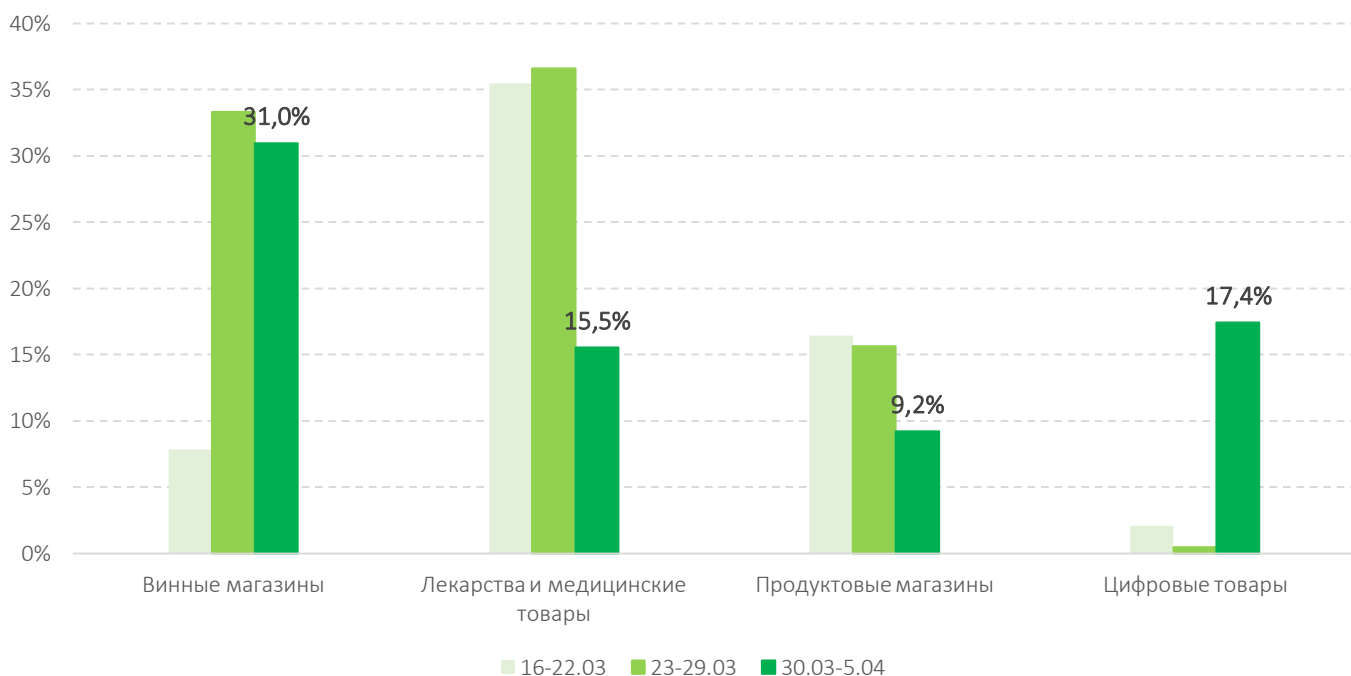
Повышенный спрос сохраняется только в категориях первой необходимости: продовольствии и медицинских товарах. Кроме того, вторую неделю подряд отмечается всплеск расходов в категории «Винные магазины» (+31,0% г/г), причем без характерной внутринедельной сезонности. В рассматриваемый период также зафиксирован рост покупок в сегменте «Цифровые товары», что, по всей видимости, связано с началом периода самоизоляции.

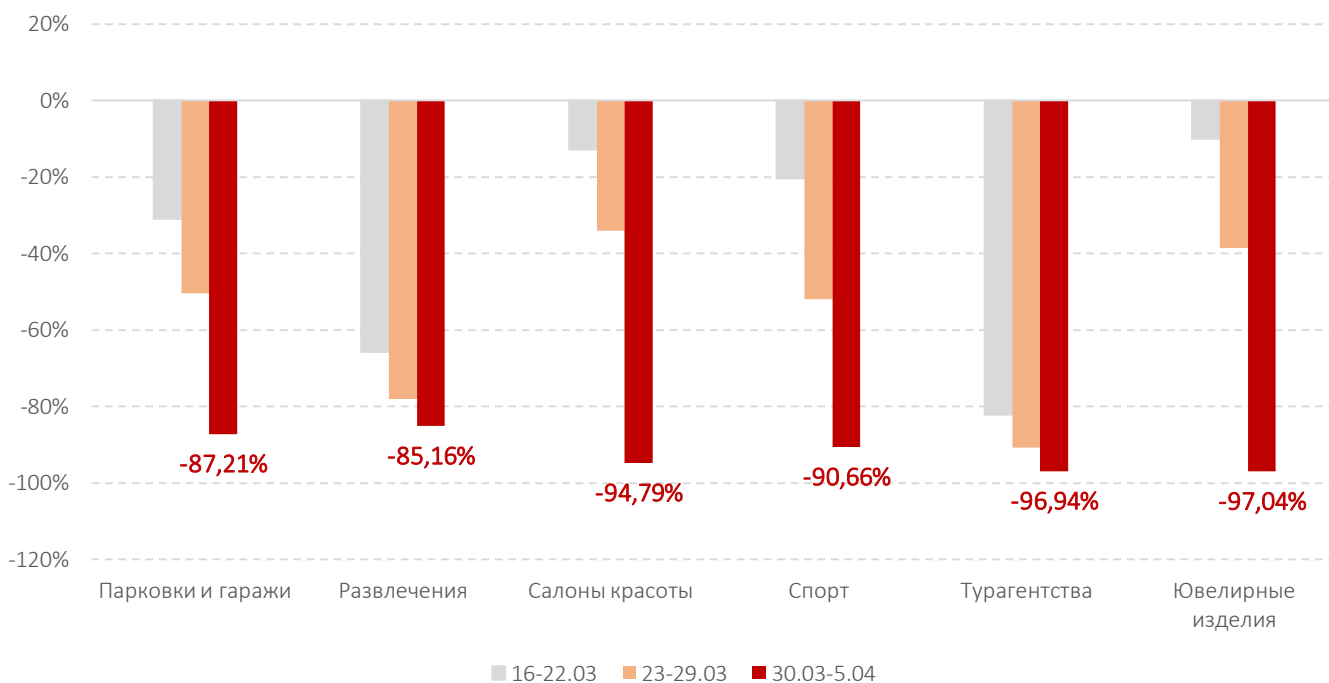
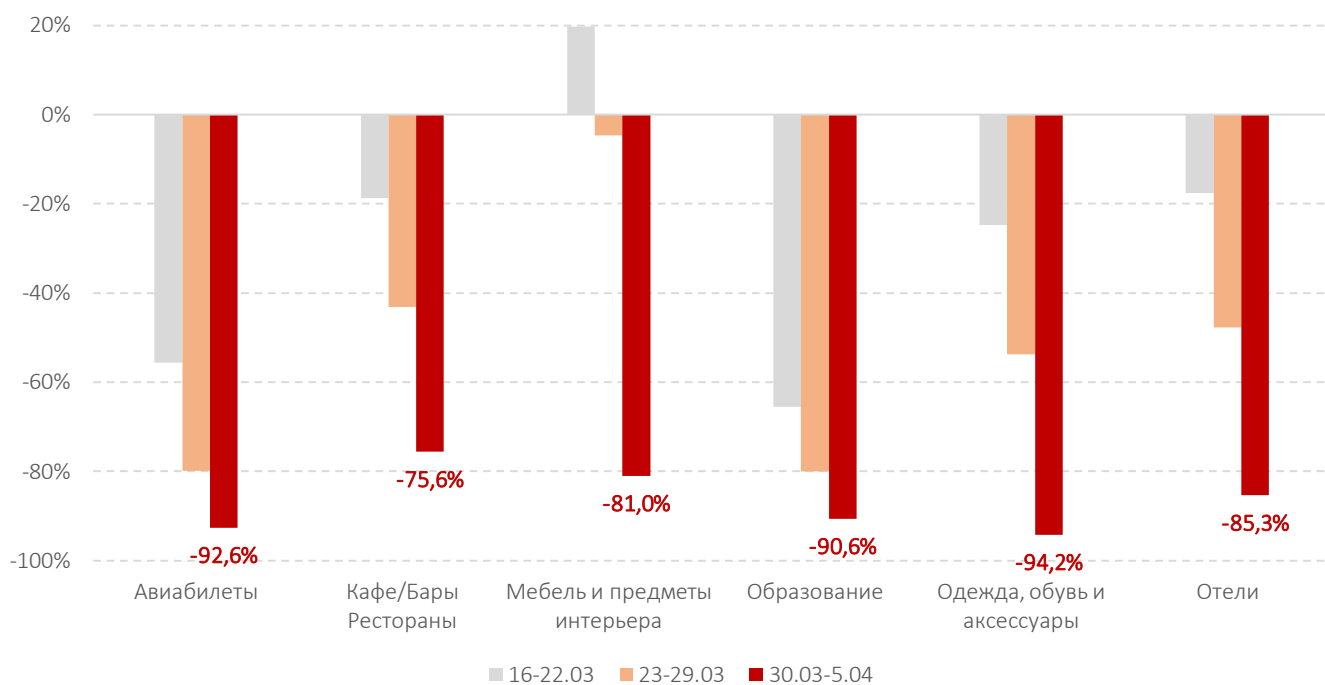
**График 2. Изменение спроса на товары (оценка динамики розничного товарооборота) и услуги, % г/г.**



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

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





Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Часть дополнительных покупок в сегменте «Продукты» может быть обусловлена тем, что россияне более не посещают кафе и рестораны. Подтверждением этого будет сохранение повышенного уровня трат в продовольственных магазинах. Однако это, пожалуй, единственная категория, в которой спрос может оказаться более–менее устойчивым. В остальных сегментах динамику потребительских расходов можно охарактеризовать как отвесное падение.

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

Категория трат	Изменение за неделю 30.03–05.04.
Ювелирные изделия	-97,0%
Турагентства	-96,9%
Duty Free	-96,7%
Салоны красоты/Массаж/ SPA	-94,8%
Одежда, обувь и аксессуары	-94,2%
Авиабилеты	-92,6%
Спорт	-90,7%
Образование	-90,6%
Парковки и гаражи	-87,2%
Отели	-85,3%
Развлечения	-85,2%
Мебель и предметы интерьера	-81,0%
Товары для красоты и здоровья	-80,0%
Канцтовары	-79,5%
Локальный транспорт	-77,1%
Цветы и подарки	-76,3%
Контрактные услуги	-75,8%
Кафе/Бары/Рестораны	-75,6%
Книги, музыка, фото и видео	-74,5%
Такси	-70,9%
Автозапчасти и аксессуары	-68,5%
Медицинские услуги	-67,9%
Дорожные пошлины	-66,6%
Хобби и увлечения	-65,4%
Ремонтные услуги	-61,6%
Бытовая техника и электроника	-58,2%
Аренда автотранспорта	-42,6%
Компьютеры и ПО	-37,1%
Товары для строительства и ремонта/DIY	-33,6%
Универсальные магазины	-32,5%
Топливо, автосервис	-31,0%

Категория трат	Изменение за неделю 30.03–05.04.
Домашние животные	-17,3%
Телекоммуникационные услуги	-13,9%
Телекоммуникационное оборудование	-3,9%
Продуктовые магазины	+9,2%
Лекарства и медицинские товары	+15,5%
Цифровые товары	+17,4%
Винные магазины	+31,0%

*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.*