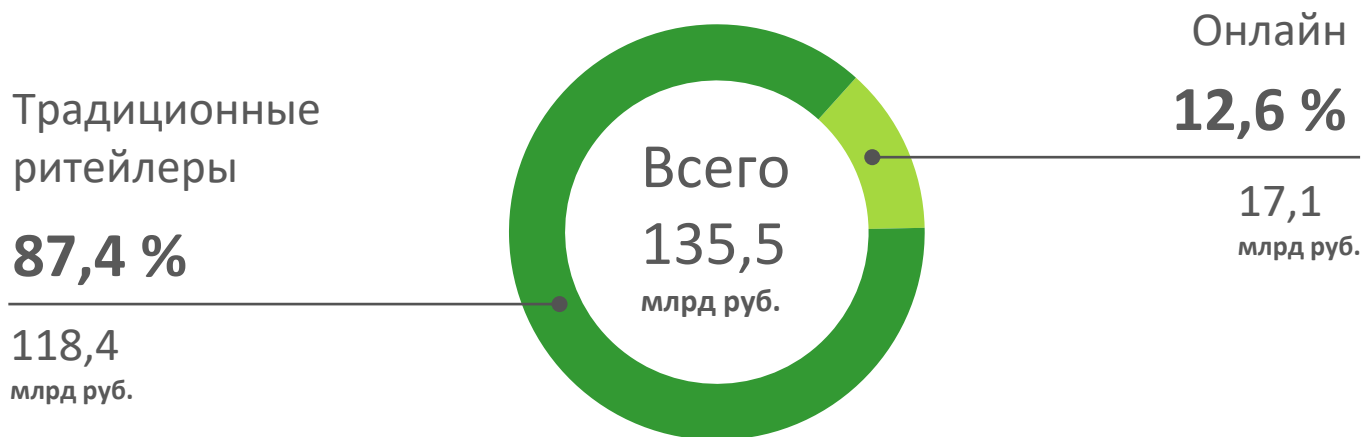


Расходы россиян в «черную пятницу»

- По нашим оценкам, траты в течение «черной пятницы» (23 ноября) в России составили 135,5 млрд руб. При этом дополнительные расходы сверх обычной ноябрьской пятницы достигли почти 25,7 млрд.
- Рост расходов по сравнению с 2017 г. составил 7,5%, в онлайн сегменте – 49,3 %.
- Целенаправленно ждали скидок как минимум 2 миллиона россиян.
- Траты на одежду, технику и товары для красоты и здоровья в 2,1 раза превысили свой средний пятничный уровень.
- Рост расходов в «черную пятницу» наблюдался в подавляющем большинстве регионов.

По оценке Сбербанка, расходы в «черную пятницу» выросли на 7,5% г/г и составили 135,5 млрд руб.¹ При этом в традиционных магазинах было потрачено лишь на 1,4% больше, чем в 2017 г. Практически весь прирост приходится на онлайн-сегмент: здесь продажи увеличились сразу на 49,3% г/г.²

Продажи в России в «черную пятницу» 2018 г.



Источник: Сбербанк.

Всплеск активности покупателей в этом ноябре оказался несколько больше, чем год назад. По сравнению с обычной пятницей объем расходов вырос на 23,4%, при этом офлайн-продажи подскочили на 22,4%, а онлайн — на 28,3%. Таким образом, дополнительные траты сверх типичного уровня за один день составили почти 25,7 млрд руб.

В 2017 г. в этот день расходы в традиционных магазинах были на 16,1% выше средних расходов в другие пятницы ноября, а в онлайн — на 11,9%. Хотя это ниже показателей за 2018 г., следует учитывать, что часть покупок могла быть перенесена на выходные, а в данном исследовании суббота и воскресенье не учитываются.

¹ Дана оценка реального прироста продаж в рублях (ценах) 2018 г. .

² В силу статистических правок темп прироста может быть занижен.

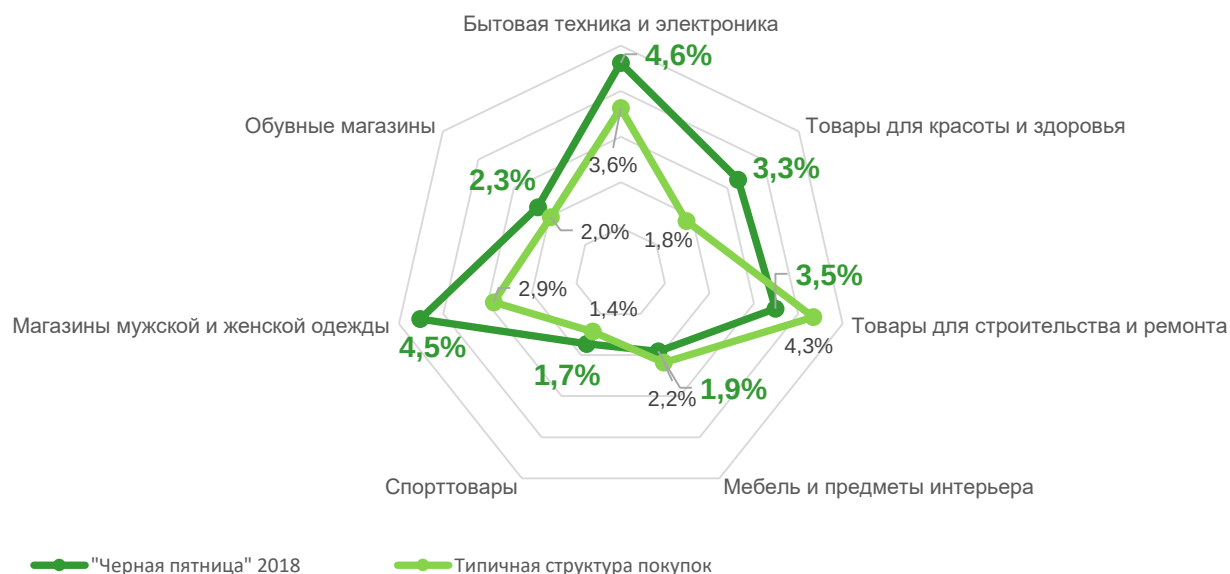
Несмотря на быстро растущую роль интернет-магазинов их доля в продажах остается относительно небольшой. На оплату через интернет приходится только 12,6% потраченных сумм. Отдельно отметим, что рост онлайн-продаж в «черную пятницу» почти в 1,5 раза по сравнению с 2017 г. связан с более частым использованием этого канала в повседневной жизни. Как уже говорилось выше, непосредственно в день распродаж скачок для этого сегмента составил 28,3% по сравнению с сопоставимыми днями ноября. Так что остальная часть прироста — это устойчивая динамика проникновения в течение всего года.

Категории с наибольшим приростом расходов, млрд руб.



Почти половину роста расходов по сравнению с другими пятницами ноября обеспечили три основных категории товаров. По нашим оценкам, в категории «одежда, обувь и аксессуары» было потрачено 17,8 млрд руб. (рост в 2 раза по сравнению с обычным объемом), на бытовую технику и электронику — 6,4 млрд руб. (рост в 1,9 раза). Лидером по увеличению объема покупок оказались товары для красоты и здоровья — на них ушло 4,6 млрд руб., что соответствует трехкратному росту.

Основные изменения в структуре трат в «черную пятницу»

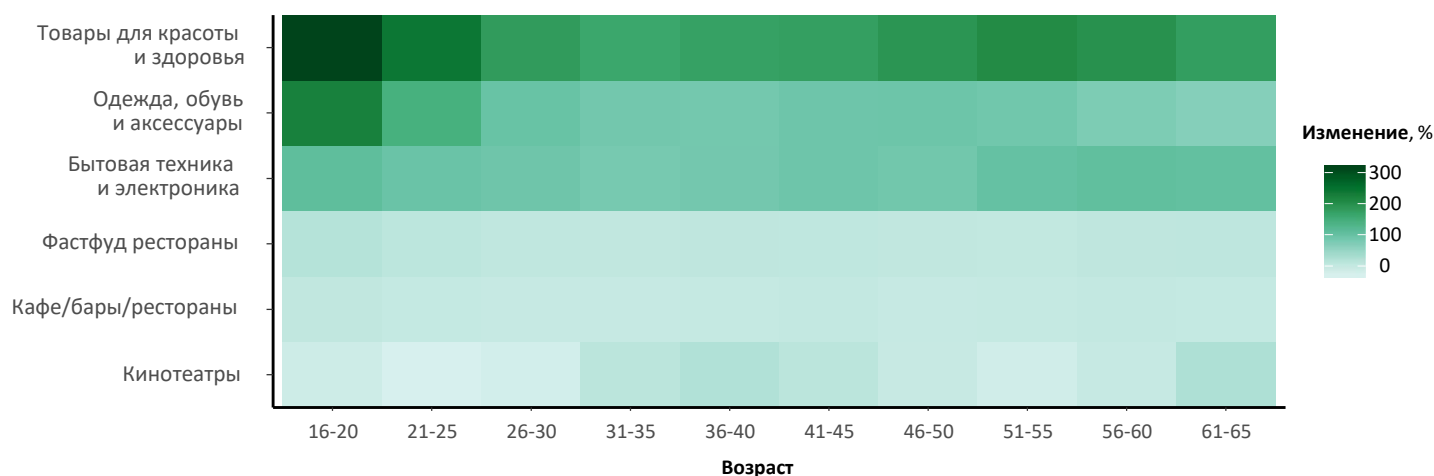


Источник: Сбербанк.

Рост трат в этих категориях заметен даже на фоне типичной структуры потребления в ноябре. Расходы на одежду, обувь и аксессуары составили 12,5% всех трат, совершенных 23 ноября (изменение на 2,8 п. п. по сравнению с типичной долей в потреблении), из них на магазины мужской и женской одежды пришлось 4,5% (прирост на 1,6 п. п.), менее востребованными оказались обувные магазины — 2,3% (увеличение на 0,3 п. п.). На бытовую технику и электронику ушло 4,6% от общих трат в «черную пятницу» (прирост на 1 п. п.), на товары для красоты и здоровья было потрачено 3,3% (прирост на 1,5 п. п, то есть почти в 2 раза).

В то же время товары для строительства и ремонта, а также покупки мебели и предметов интерьера, традиционно занимающие большую долю в совокупных тратах, отошли на второй план: их вес снизился на 0,8 п. п. и 0,3 п. п. соответственно.

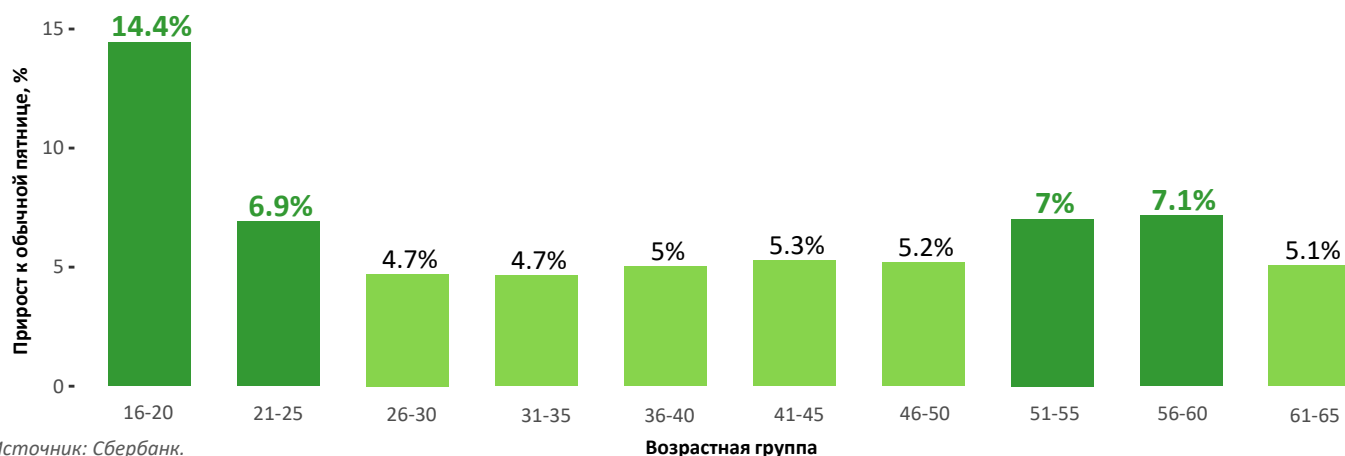
Изменение расходов в ключевых категориях по сравнению с обычной пятницей



Источник: Сбербанк.

Россияне определенно уже успели привыкнуть к празднику скидок. В течение «черной пятницы» покупки офлайн совершили 35,7 млн россиян, в онлайн — 5,2 млн. При этом целенаправленно ждали скидок как минимум 2 млн человек. Увеличение расходов по наиболее популярным категориям наблюдалось для всех без исключения возрастных групп. В то же время траты на кафе, рестораны и кино, традиционные для пятницы, остались примерно на своем обычном уровне.

Прирост активных клиентов в «черную пятницу» по возрастам



Источник: Сбербанк.

Интересно, что на скидки «черной пятницы» более активно откликнулись россияне в возрасте 16–25 и 51–60 лет. Спрос в данных группах оказался чувствительнее к колебаниям цен. Особенно отметим, что эти потребители начинают больше покупать и в традиционном ритейле, и онлайн, что может быть несколько неожиданно. Их совокупная доля во время распродаж увеличивается на 4,5 п. п., оттесняя шоперов в возрасте 26–50 лет.

Изменение совокупных трат по сравнению со средним объемом расходов в пятницу



Источник: Сбербанк.

«Черная пятница» сказывается на уровне расходов практически во всех регионах России. Лишь в Республике Алтай и Республике Тыва не придают большого значения распродажам: изменение совокупных трат по сравнению с их средним объемом в пятницу составило –7,2% и –8,8% соответственно. Во всех остальных регионах траты выросли как минимум на 5%. Наиболее широко «черную пятницу» отметили жители Северного Кавказа, потратив почти в 1,5 раза больше, чем обычно. В Санкт-Петербурге прирост расходов составил 34,5%, что существенно выше среднего уровня по стране. Для Москвы же этот показатель скромнее — 24,9%.

Проект 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. Идентифицировать по ним конкретных клиентов невозможно. Персональная информация и любая информация, составляющая коммерческую тайну, не раскрываются.

Проект реализуется совместно с Центром прикладных данных и «Платформой ОФД». Центр прикладных данных — экспертная команда Сбербанка, специализирующаяся на подготовке коммерческих отчетов по индивидуальным заказам. «Платформа ОФД» — аккредитованный оператор фискальных данных, передающий информацию в Федеральную налоговую службу, а также инструмент анализа данных, поступающих с контрольно-кассовой техники.

При публикации материалов проекта ссылка на Сбербанк обязательна.

Приложение 1.

Структура трат во время «черной пятницы» 2018 г.

Категория трат	Доля в тратах во время «черной пятницы» 2018	Типичная доля трат в ноябре
Супермаркеты	20,8%	24,0%
Одежда, обувь и аксессуары	12,5%	9,7%
Продуктовые магазины	5,7%	5,6%
Универсальные магазины	5,2%	4,6%
Топливо/Автосервис	5,0%	5,5%
Бытовая техника и электроника	4,6%	3,6%
Телекоммуникационные услуги	4,2%	6,1%
Товары для строительства и ремонта	3,5%	4,3%
Товары для красоты и здоровья	3,3%	1,8%
Фастфуд-рестораны	2,9%	2,5%
Аптеки	2,9%	3,6%
Авиабилеты	2,4%	2,6%
Кафе/Бары/Рестораны	2,1%	2,4%
Винные магазины	2,0%	1,7%
Мебель и предметы интерьера	1,9%	2,2%
Прочие специализированные магазины	1,9%	1,8%
Медицинские услуги	1,8%	2,1%
Спортовары	1,7%	1,4%
Автозапчасти и аксессуары	1,5%	1,9%
Ювелирные изделия	1,1%	0,9%
Автодилеры	1,0%	1,0%
Общественный транспорт/Такси	1,0%	0,8%
Хобби и увлечения	0,9%	0,7%
Телекоммуникационное оборудование	0,9%	1,1%
Развлечения	0,9%	0,9%
Прочее	8,0%	7,1%

Приложение 2.

Изменение совокупных трат по сравнению со средним объемом расходов в пятницу

Регион	Изменение
Алтайский край	12,2%
Амурская область	10,4%
Архангельская область	17,9%
Астраханская область	27,8%
Белгородская область	14,0%
Брянская область	27,9%
Владимирская область	24,2%
Волгоградская область	17,3%
Вологодская область	17,9%
Воронежская область	24,7%
г. Москва	24,9%
г. Санкт-Петербург	34,5%
Еврейская автономная область	15,8%
Забайкальский край	15,4%
Ивановская область	19,6%
Иркутская область	19,0%
Кабардино-Балкарская Республика	39,9%
Калининградская область	29,6%
Калужская область	29,3%
Камчатский край	11,9%
Карачаево-Черкесская Республика	28,0%
Кемеровская область	15,3%
Кировская область	11,5%
Костромская область	17,6%
Краснодарский край	24,6%
Красноярский край	16,7%
Курганская область	12,2%
Курская область	29,2%
Ленинградская область	19,8%
Липецкая область	18,9%
Магаданская область	5,4%
Московская область	19,5%
Мурманская область	24,1%
Ненецкий автономный округ	10,6%
Нижегородская область	26,4%
Новгородская область	11,6%
Новосибирская область	19,5%
Омская область	22,3%
Оренбургская область	23,4%
Орловская область	19,4%
Пензенская область	23,8%
Пермский край	11,8%
Приморский край	24,6%

Приложение 2.

Изменение совокупных трат по сравнению со средним объемом расходов в пятницу

Регион	Изменение
Псковская область	7,6%
Республика Адыгея	21,2%
Республика Алтай	-7,2%
Республика Башкортостан	24,4%
Республика Бурятия	8,7%
Республика Дагестан	55,5%
Республика Ингушетия	26,1%
Республика Калмыкия	18,5%
Республика Карелия	13,2%
Республика Коми	22,1%
Республика Марий Эл	8,8%
Республика Мордовия	18,4%
Республика Саха (Якутия)	26,6%
Республика Северная Осетия — Алания	38,6%
Республика Татарстан	26,3%
Республика Тыва	-8,8%
Республика Хакасия	20,8%
Ростовская область	28,7%
Рязанская область	22,9%
Самарская область	23,2%
Саратовская область	13,5%
Сахалинская область	19,7%
Свердловская область	19,2%
Смоленская область	17,3%
Ставропольский край	27,5%
Тамбовская область	20,0%
Тверская область	18,9%
Томская область	6,0%
Тульская область	29,8%
Тюменская область	23,6%
Удмуртская Республика	7,9%
Ульяновская область	17,6%
Хабаровский край	30,5%
Ханты-Мансийский автономный округ	16,4%
Челябинская область	20,1%
Чеченская Республика ³	147,0%
Чувашская Республика	26,4%
Чукотский автономный округ	7,5%
Ямало-Ненецкий автономный округ	13,5%
Ярославская область	29,6%
В среднем по стране	23,4%

³ Из-за недостаточного объема данных по региону оценка может быть ненадежной.