

# Оперативная оценка потребительской активности россиян 20–26 июля

- С 20 по 26 июля расходы потребителей снова продемонстрировали незначительное изменение. Траты остаются на уровне 2019 г. (+0,6% г/г).<sup>1</sup>
- Отсутствует прогресс в восстановлении трат на услуги (–17,6% г/г). Средства перераспределяются в пользу товарных категорий.
- Количество торговых точек, осуществляющих операции, 20-26 июля было на 1,4% ниже среднего уровня февраля 2020 г.
- Изменение отраслевой структуры работающих компаний свидетельствует о том, что это стало важной стратегией выживания бизнеса в период локдауна.

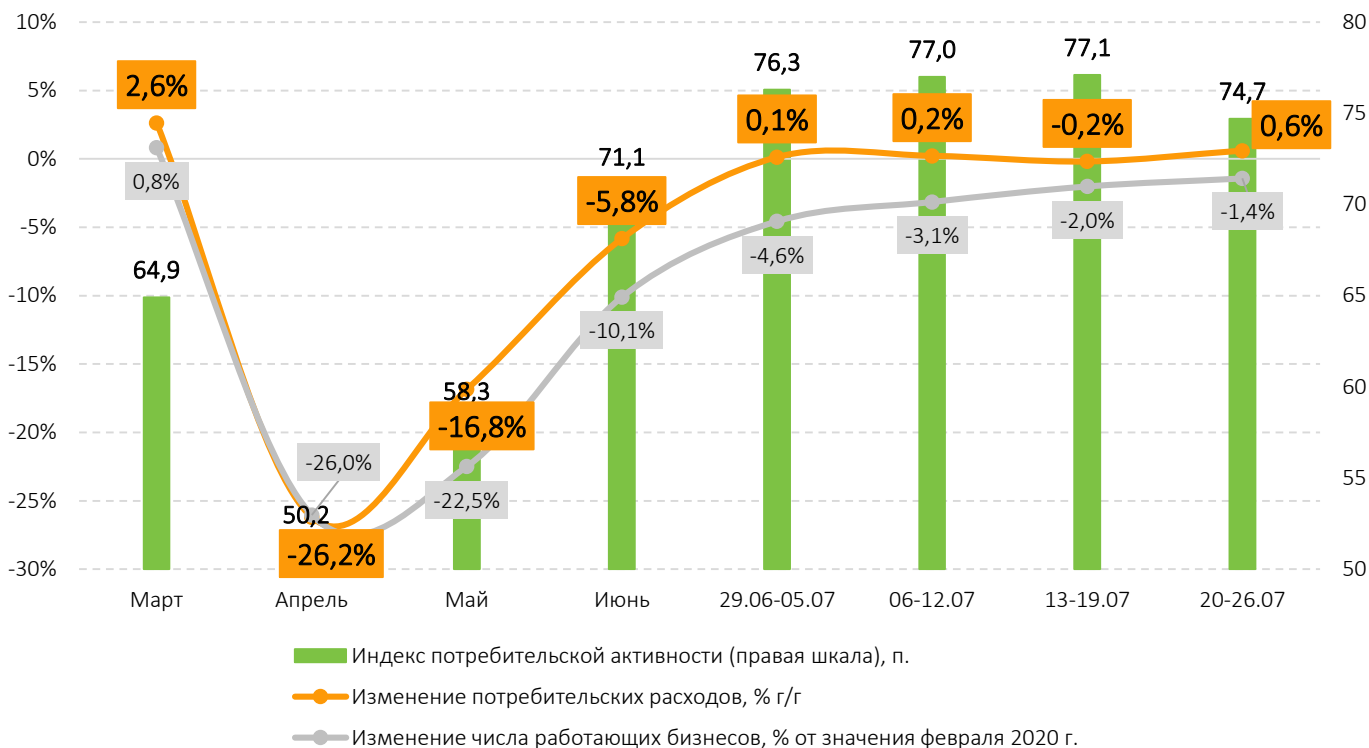
*Лаборатория «СберДанные» и дивизион «Корпоративные клиенты 360» продолжают работу по определению динамики потребительского спроса. Приведенные значения являются оценкой для России в целом на основании данных Сбербанка.*

**В период с 20 по 26 июля изменение расходов россиян на товары и услуги составило +0.6% г/г.<sup>1</sup>** Уже можно говорить о том, что по результатам июля объемы трат вышли на уровень 2019 года, в значительной степени благодаря социальным выплатам, совершенным в начале месяца. Индекс потребительской активности, характеризующий разнообразие категорий товаров и услуг в корзине покупателей, представленный на аналитическом портале [SberIndex.ru](https://sberindex.ru), также в последние четыре недели изменяется незначительно. По итогам 20-26 июля он снизился до 74,7 п., что указывает на менее разнообразную структуру покупок и угасание восстановительного импульса.

<sup>1</sup> Значение к предыдущей неделе приведено без поправки на сезонность; годовое изменение скорректировано на сезонность.

График 1

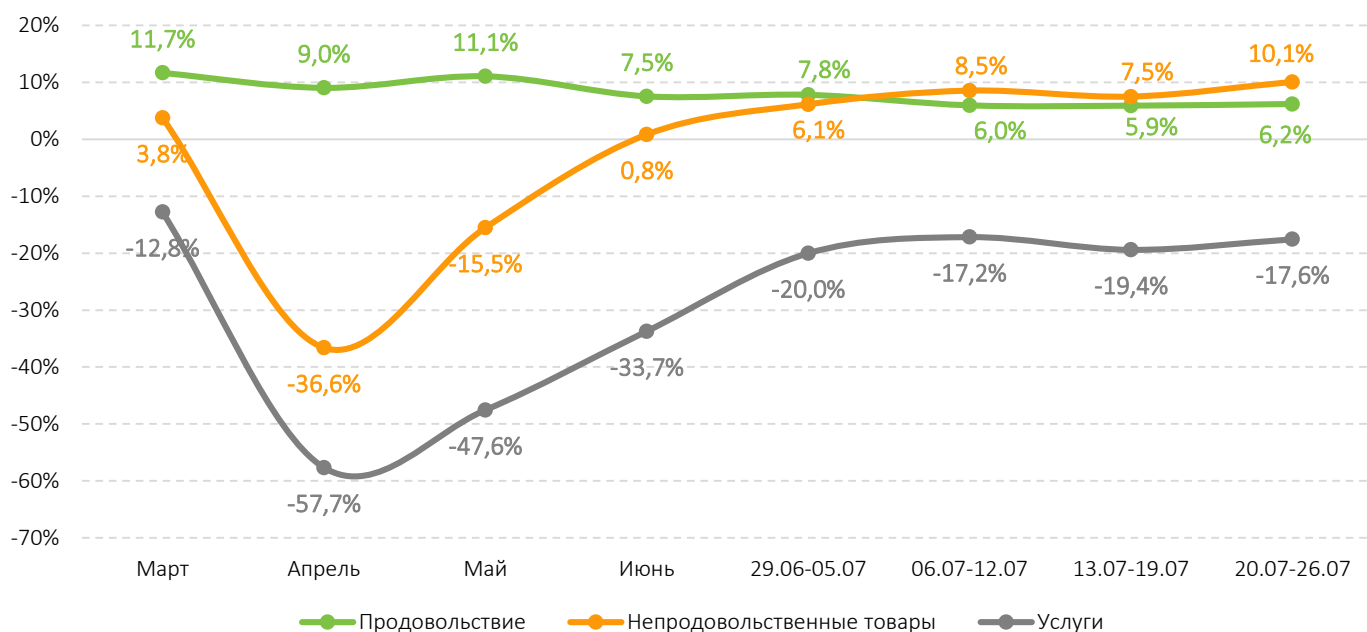
## Объем расходов на товары и услуги и индекс потребительской активности.<sup>2</sup>



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 2 (А)

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

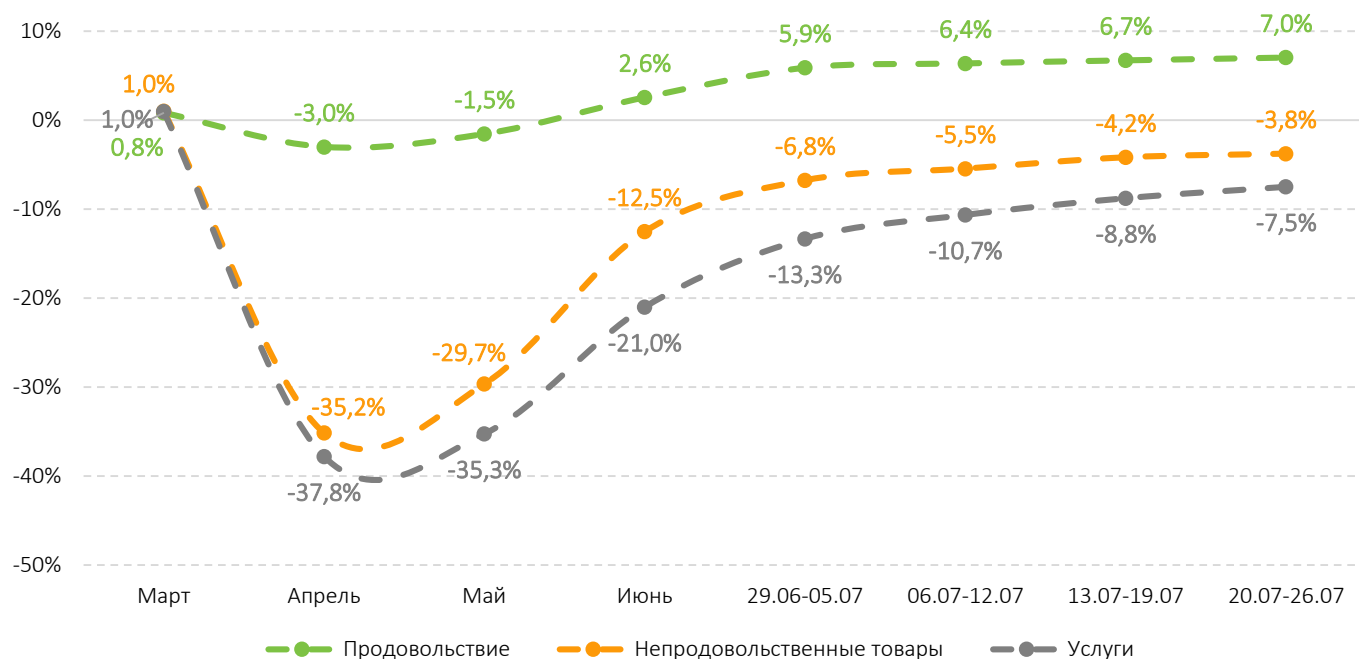


Источник: рассчитано по данным Сбербанка

<sup>2</sup> Подробнее об индексе потребительской активности см. на [SberIndex.ru](http://SberIndex.ru).

График 2 (В)

## Изменение количества активных бизнесов (% от среднего значения в феврале 2020 г.) в разрезе основных направлений трат.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Обращает на себя внимание то, что **общее количество торгово-сервисных точек, работающих по состоянию на конец июля, всего на 1,4% меньше, чем в феврале**. При этом 7,5% организаций сектора услуг и 3,8% непродовольственных магазинов все еще не открылись. Одновременно продовольственных магазинов стало больше на 7%. Это указывает на распространенную стратегию адаптации бизнеса к введенным ограничениям. Многие компании в период локдауна перепрофилировались из непродовольственных в продовольственные, а из сервисных — в торговые, что позволило им продолжить работу и в кризисный период. Это также окажет поддержку в случае второй волны заражений и возобновления ограничений. Отметим, что такая стратегия также отчасти объясняет рост расходов на продовольственные товары, который наблюдается при анализе трат потребителей (см. график 2 А).

Постепенно более устойчивыми становятся и еженедельные изменения трат внутри отдельных категорий. Расходы на непродовольственные товары остаются заметно выше уровней 2019 г. (+10,1% г/г), причем любопытно, что драйвером стали не только бытовая техника и электроника, но также автомобили. Спрос на услуги при этом стабилизировался на подавленных уровнях, и сейчас на 17,6% ниже, чем год назад. Термин «подавленные» может использоваться хотя бы потому, что наблюдаемая динамика все еще заметно хуже мартовской, когда траты в этом сегменте уже пошли на убыль.

График 3 (А)

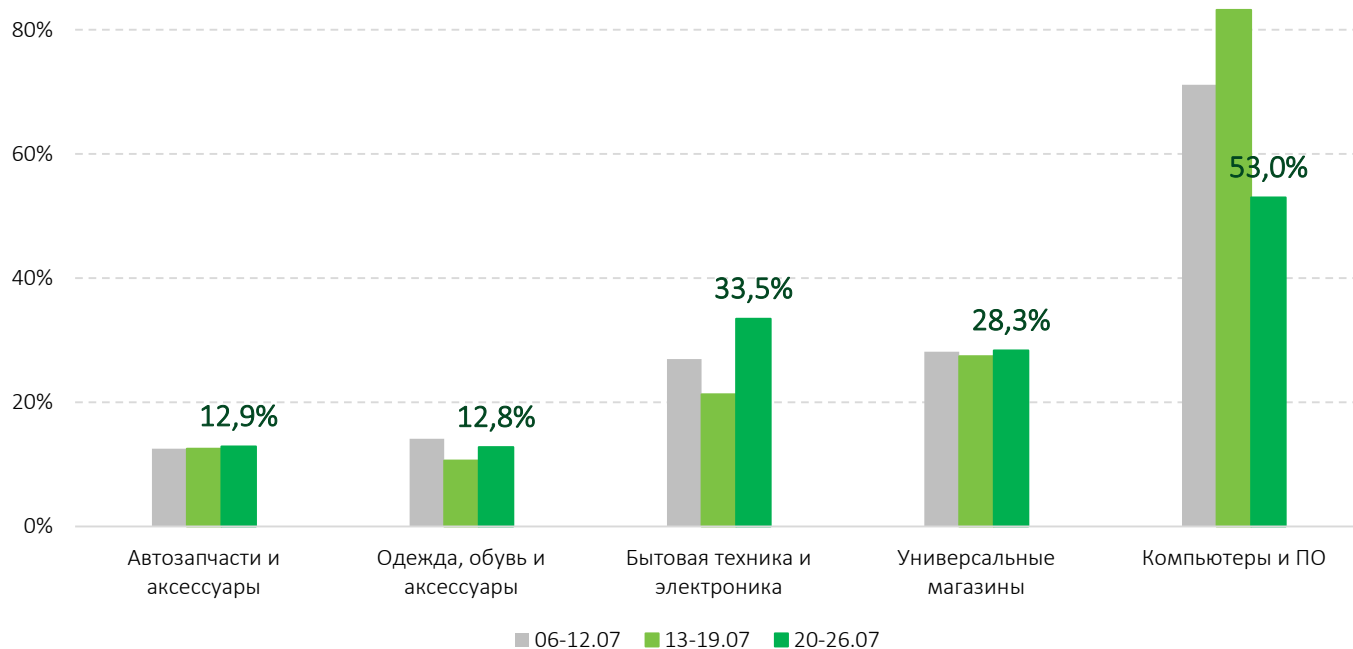
**Изменение расходов по ключевым направлениям трат, относительно того же периода 2019 г. (% , г/г).**



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

График 3 (Б)

### Изменение расходов по ключевым направлениям трат, относительно того же периода 2019 г. (% , г/г).



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

Конечно, часть спроса физически не может вернуться из-за сохраняющихся ограничений. Они есть, например, в туристической отрасли: многие направления выездного туризма все еще закрыты, входящий турпоток также далек от нормализации. Кроме того, еще остаются отдельные региональные ограничения, в том числе в крупных розничных секторах. Однако и потребители не проявляют особого энтузиазма в тех сегментах, где тратить уже можно достаточно свободно. Покупки в кафе и ресторанах на прошедшей неделе были на 27,7% ниже, чем год назад, в салонах красоты и SPA — на 21,7%.

Приложение 1

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

Категория трат	Май	Июнь	06–12.07	13–19.07	20–26.07
Аренда автотранспорта	-90,2%	-65,6%	-55,9%	-55,2%	-76,6%
Duty Free	-99,0%	-88,1%	-80,3%	-74,7%	-76,5%
Отели	-91,6%	-80,7%	-49,7%	-61,0%	-55,9%
Развлечения	-74,9%	-70,6%	-56,1%	-60,2%	-51,0%
Турагентства	-90,4%	-81,3%	-51,1%	-52,4%	-48,5%
Авиабилеты	-86,9%	-67,1%	-48,2%	-51,8%	-46,8%
Локальный транспорт	-68,2%	-48,1%	-35,6%	-32,3%	-29,2%
Кафе, бары, рестораны	-66,2%	-54,9%	-28,1%	-31,6%	-27,7%
Салоны красоты, массаж, SPA	-72,3%	-42,1%	-22,8%	-25,1%	-21,7%
Дорожные пошлины	-49,6%	-32,8%	-22,3%	-17,0%	-20,2%
Парковки и гаражи	-71,4%	-46,7%	-21,3%	-17,8%	-15,1%
Ремонтные услуги	-33,4%	-22,8%	-9,0%	-23,3%	-12,5%
Книги, музыка, фото и видео	-21,4%	-15,1%	-12,6%	-12,1%	-9,8%
Канцтовары	-30,7%	-8,3%	-1,4%	-9,0%	-9,7%
Ювелирные изделия	-72,1%	-32,8%	-11,5%	-8,9%	-4,5%
Такси	-46,5%	-30,1%	-6,1%	-6,7%	-2,1%
Цифровые товары	+7,5%	-21,9%	-24,0%	-18,7%	-1,3%
Топливо, автосервис	-16,0%	-5,9%	+5,3%	+1,7%	-0,6%
Цветы и подарки	-33,9%	-18,1%	-2,8%	-5,2%	+0,5%
Винные магазины	+21,9%	+9,6%	-2,2%	-0,2%	+1,5%
Хобби и увлечения	-14,2%	+4,8%	+10,0%	-3,4%	+2,3%
Спорт	-55,7%	-16,1%	+5,8%	+5,1%	+3,6%
Контрактные услуги	-13,7%	-4,8%	+2,2%	+8,2%	+3,8%
Товары для строительства и ремонта/DIY	-3,2%	+7,2%	+2,6%	+3,4%	+4,5%
Товары для красоты и здоровья	-41,6%	-18,4%	-3,7%	-1,7%	+4,8%
Автодилеры	-19,8%	+3,0%	+1,2%	+7,2%	+5,5%
Домашние животные	+3,1%	+2,9%	+2,4%	+6,8%	+6,7%
Медицинские услуги	-34,9%	-5,9%	+5,9%	+5,9%	+7,4%
Продуктовые магазины	+10,2%	+7,3%	+6,5%	+6,1%	+8,8%
Лекарства и медицинские товары	-0,1%	+0,4%	-5,4%	+4,9%	+9,6%

Категория трат	Май	Июнь	06–12.07	13–19.07	20–26.07
<b>Одежда, обувь и аксессуары</b>	-63,8%	-13,8%	+14,1%	+10,6%	+12,8%
<b>Автозапчасти и аксессуары</b>	+0,1%	+9,2%	+12,5%	+12,5%	+12,9%
<b>Телекоммуникационные услуги</b>	+18,7%	+16,8%	+17,9%	+24,0%	+15,3%
<b>Мебель и предметы интерьера</b>	-28,1%	+2,9%	+11,4%	+13,2%	+17,0%
<b>Универсальные магазины</b>	+71,0%	+28,4%	+28,1%	+27,4%	+28,3%
<b>Бытовая техника и электроника</b>	+13,2%	+20,7%	+27,0%	+21,3%	+33,5%
<b>Компьютеры и ПО</b>	+69,6%	+71,1%	+71,1%	+83,2%	+53,0%

Приложение 2

Динамика активных бизнесов в разрезе основных категорий трат, % относительно среднего значения в феврале 2020 г.

Категория трат	Апрель	Май	Июнь	06–12.07	13–19.07	20–26.07
Все категории	-26%	-22%	-10%	-3%	-2%	-1%
Авиабилеты	-40%	-38%	-29%	-45%	-55%	-53%
Автодилеры	-32%	-15%	+4%	+8%	+7%	+7%
Автозапчасти и аксессуары	-13%	-6%	-1%	+1%	+1%	+1%
Аренда автотранспорта	-14%	-16%	-3%	-5%	-2%	-1%
Бытовая техника и электроника	-31%	-19%	-4%	+1%	+2%	+2%
Винные магазины	+3%	+5%	+7%	+9%	+9%	+10%
Домашние животные	-1%	+1%	+5%	+7%	+7%	+7%
Дорожные пошлины	-27%	-21%	-23%	-15%	-12%	-13%
Канцтовары	-41%	-24%	-7%	-3%	-2%	-1%
Кафе, бары, рестораны	-47%	-40%	-26%	-15%	-13%	-11%
Книги, музыка, фото, видео	-56%	-39%	-14%	-9%	-7%	-6%
Компьютеры и ПО	+13%	+1%	+3%	0%	+12%	+17%
Контрактные услуги	-24%	-7%	+14%	+25%	+24%	+24%
Лекарства и медицинские товары	-2%	-1%	+1%	+2%	+2%	+2%
Локальный транспорт	-16%	-11%	-3%	+4%	+5%	+5%
Мебель и предметы интерьера	-64%	-45%	-16%	-4%	-2%	-1%
Медицинские услуги	-28%	-19%	-6%	0%	0%	+1%
Одежда, обувь и аксессуары	-75%	-60%	-29%	-17%	-14%	-13%
Отели	-54%	-50%	-28%	-9%	-6%	-4%
Парковки и гаражи	-31%	-24%	-10%	0%	+1%	+2%
Продуктовые магазины	-4%	-2%	+3%	+6%	+6%	+7%
Развлечения	-85%	-81%	-69%	-56%	-49%	-44%
Ремонтные услуги	-43%	-27%	-7%	0%	+1%	+1%
Салоны красоты, массаж, SPA	-70%	-52%	-20%	-8%	-7%	-6%
Спорт	-73%	-63%	-42%	-23%	-20%	-18%
Такси	-18%	-19%	-15%	-14%	-13%	-14%
Телеком. услуги	-18%	-13%	-6%	+18%	+22%	+25%
Товары для красоты и здоровья	-46%	-32%	-11%	-3%	-1%	0%
Товары для строительства и ремонта/DIY	-23%	-11%	+3%	+7%	+7%	+7%



Категория трат	Апрель	Май	Июнь	06–12.07	13–19.07	20–26.07
Топливо, автосервис	-2%	0%	+2%	+2%	+2%	+2%
Турагентства	-84%	-82%	-65%	-38%	-35%	-34%
Универсальные магазины	-30%	-22%	-12%	-9%	-9%	-9%
Хобби и увлечения	-54%	-39%	-17%	-9%	-8%	-7%
Цветы и подарки	-44%	-26%	-7%	-2%	-1%	-1%
Цифровые товары	+34%	+46%	+47%	+44%	+42%	+45%
Ювелирные изделия	-82%	-63%	-28%	-17%	-11%	-10%
Duty Free	-61%	-64%	-32%	-30%	-27%	-26%

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

Электронная версия:



Редакторы выпуска: П. Сергеева, Е. Крылова.  
При публикации материалов проекта ссылка на Сбербанк обязательна.

Контакты: [media@sberbank.ru](mailto:media@sberbank.ru)

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.

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.

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