

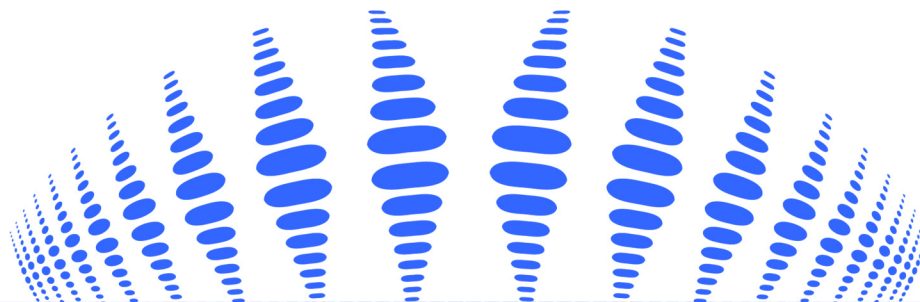


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

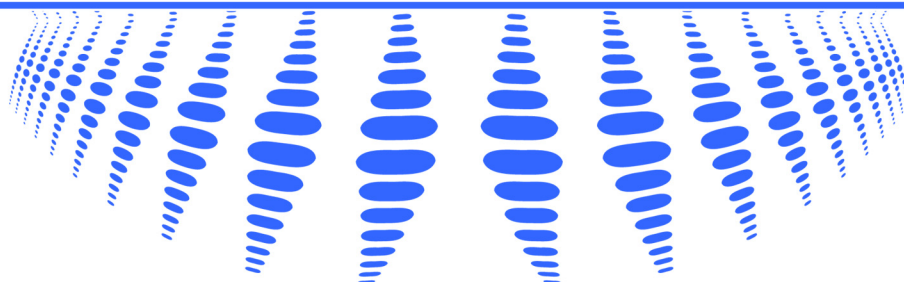


Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОЖИДАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В IV КВАРТАЛЕ 2016 ГОДА



Февраль '17

Москва

Потребительские ожидания населения в IV квартале 2016 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2017 – 10 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские ожидания населения в IV квартале 2016 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Обзор базируется на результатах ежеквартальных опросов около 5 тыс. представителей взрослого населения страны, которые в мониторинговом режиме проводит Федеральная служба государственной статистики. Опросы позволяют выявить и обобщить мнения потребителей об общей экономической ситуации в стране, личном материальном положении, благоприятности условий для крупных покупок и сбережений. Программа обследования базируется на методологических принципах, рекомендованных Европейской Комиссией.

Потребительские ожидания являются важнейшей компонентой сводного Индекса экономического настроения (ИЭН ВШЭ), ежеквартально рассчитываемого ЦКИ НИУ ВШЭ и характеризующего состояние делового климата экономики страны в целом.

*Материал подготовлен в ходе проведения исследования в рамках
Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии
в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации "5-100"*

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67
E-mail: issek@hse.ru
<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2017
При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет краткие итоги опросов потребителей, ежеквартально проводимые Росстатом. В обзоре использованы результаты ежеквартальных опросов около 5 тыс. представителей взрослого населения страны, которые в мониторинговом режиме проводит Росстат.

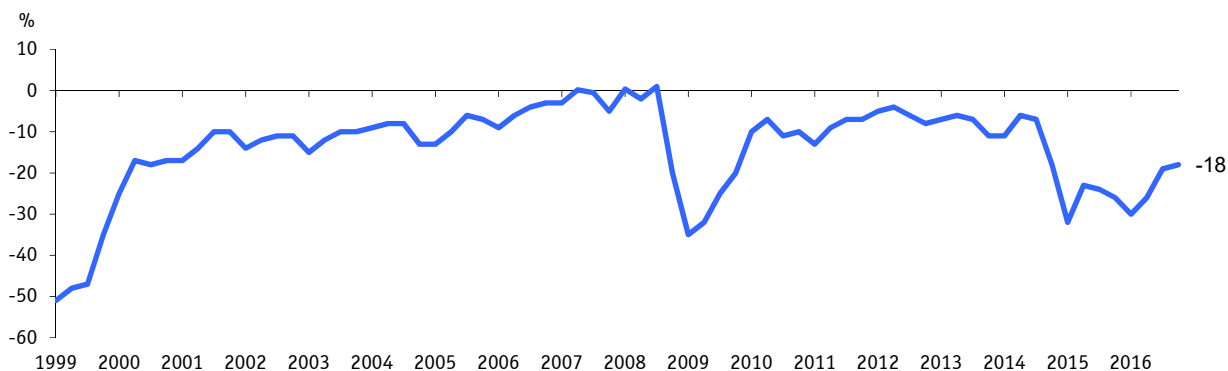
Основные итоги IV квартала 2016 года:

- Об улучшении личного материального положения за последние 12 месяцев сообщили 9% респондентов, а о его ухудшении – 39% (кварталом ранее – 8 и 40%);
- Улучшения личного материального положения в течение следующих 12 месяцев ожидают 11% респондентов, а его ухудшения – 23% (кварталом ранее – 9 и 22%);
- Позитивно оценили произошедшие в годовом интервале изменения в экономике России 11% участников опроса, негативно – 50% (кварталом ранее – 10 и 52%);
- Положительных изменений в экономике России через год ожидают 20% опрошенных, отрицательных – 27% (кварталом ранее – 18 и 29%).

Индекс потребительской уверенности

По данным Росстата, в IV квартале 2016 г. **продолжилась положительная коррекция индекса потребительской уверенности (ИПУ)**, однако ее интенсивность снизилась до минимума. Индикатор увеличился по сравнению с предыдущим кварталом лишь на 1 процентный пункт (п. п.) и остановился на отметке (-18%). После ежеквартального восстановления ИПУ на протяжении всего 2016 года его значение располагалось примерно посередине между максимальной за последние восемь лет величиной II квартала 2012 г. (-4%) и рекордно низкой точкой I квартала 2016 г. (-30%). Таким образом, несмотря на определенный рост уверенности потребителей, индекс сохранил выраженное отрицательное значение и указывает на сохранение неблагоприятного потребительского климата среди населения страны.

Рис. 1. Индекс потребительской уверенности



Источник: Росстат.

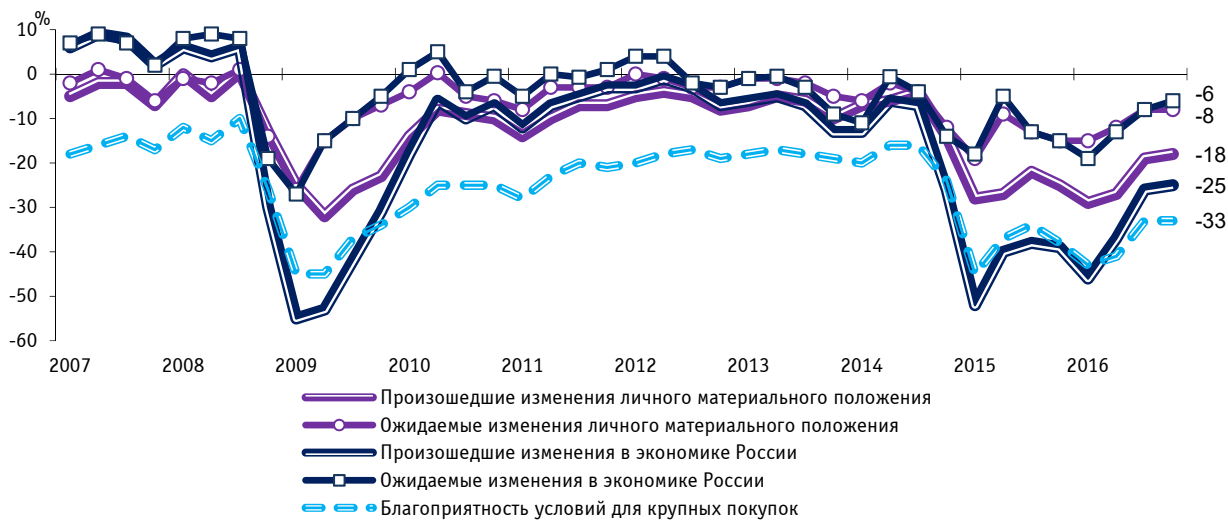
Отдельные компоненты ИПУ практически не изменились относительно предыдущего квартала. Можно отметить лишь некоторое снижение пессимизма в оценках общей экономической ситуации в стране: **частные индексы фактических и ожидаемых изменений в экономике России** увеличились соответственно на 1 и 2 п. п., сохранив, однако, отрицательные значения (-25) и (-6%). При этом последний индекс был наиболее близок к границе с положительной зоной среди всех компонентов ИПУ.

Частный индекс произошедших изменений в личном материальном положении в IV квартале 2016 года вырос на 1 п. п. до отметки (-18%), а **аналогичный индекс ожидаемых изменений** сохранил значение предыдущего квартала (-8%).

Частный индекс благоприятности условий для крупных покупок также остался на отметке предыдущего квартала (-33%), сохранив самое низкое значение среди всех компонентов ИПУ. **Индекс благоприятности условий для сбережений**, который, согласно принятой методологии, не включается в состав ИПУ, снизился на 1 п. п. и составил (-42%). Таким образом, большинство домохозяйств считали конец 2016 года неудачным временем и для покупки дорогостоящих товаров, и, особенно, для финансовых сбережений.

Сохранился заметный разрыв между фактическими и прогнозными компонентами ИПУ, в целом характерный для кризисных периодов. Оценки произошедших изменений всегда резко ухудшаются в моменты экономических шоков, отражая реакцию населения на падение своих реальных доходов. Однако у значительной части респондентов остается надежда на кратковременность такой ситуации, в результате прогнозы снижаются не столь радикально. Сейчас разрыв оценок – 10 п. п. разницы между индексами произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения и 19 п. п. между аналогичными индексами по экономике России – меньше, чем в начале 2016 г. (14 и 27 п. п.), но значительно больше, чем в относительно благополучном 2012 г. (3 и 5 п. п. соответственно).

Рис. 2. Динамика компонентов индекса потребительской уверенности



Источник: Росстат.

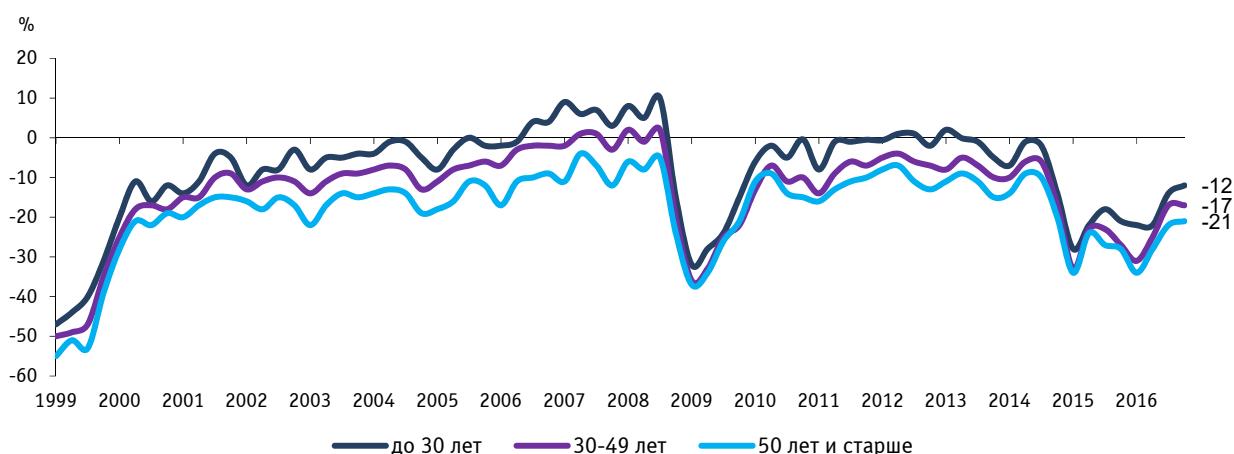
Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Распределение ИПУ по различным возрастным категориям сохранило традиционную конфигурацию. Самой уверенной частью населения оставалась молодежь в возрасте от 16 до 29 лет, ИПУ в этой группе прибавил относительно предыдущего квартала 2 п. п. и составил (-12%), превысив на 6 п. п. индикатор по выборке в целом. В наиболее пессимистичной группе – от 50 лет и старше – ИПУ также вырос на 1 п. п. до (-22%), однако остался на 3 п. п. ниже среднего значения индикатора.

Вызывает некоторое беспокойство отсутствие позитивных изменений в наиболее экономически, социально и электорально активной группе населения в возрасте от 30 до 49 лет – ИПУ в данной группе сохранил значение III квартала и составил (-17%). Необходимо обратить внимание, что именно эта возрастная категория российского населения в наибольшей степени относится к среднему классу. Именно эта возрастная группа не только оказывает жизненную помощь, включая финансовые дотации, молодым и пожилым членам семьи, но и вносит наибольший вклад в развитие экономики страны. Поэтому хотелось бы увидеть более акцентированное улучшение уровня и качества их жизни.

Таким образом, хотя среди населения любого возраста и не наблюдалось снижения потребительской уверенности (а среди молодежи и пожилого поколения она даже укрепляется), пессимистические настроения по-прежнему преобладали.

Рис. 3. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения

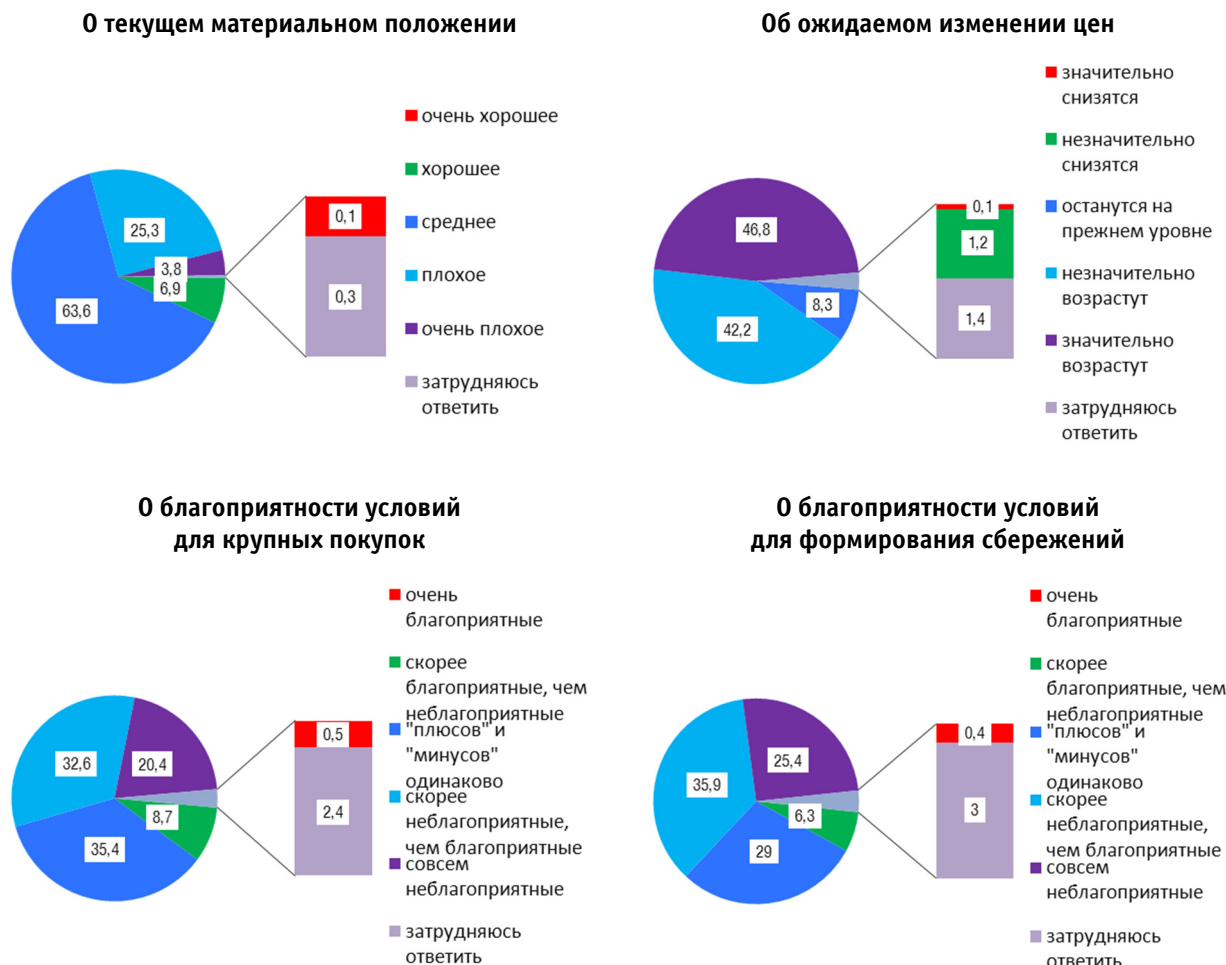


Источник: Росстат.

Распределение ответов на отдельные вопросы

Результаты опроса позволяют более детально проанализировать реакцию населения на вопросы анкеты о своем текущем материальном положении, ожидаемом изменении цен, благоприятности условий для осуществления крупных покупок и формирования сбережений. Отношение потребителей к данным аспектам в значительной степени определяет состояние платежеспособного спроса на товары и услуги со стороны населения, что жизненно важно для экономики в целом и, в первую очередь, для торговли, сферы услуг и жилищного строительства.

Рис. 4. Распределение мнений респондентов в III квартале 2016 г.



Источник: Росстат.

Так, свое текущее материальное положение в III квартале 2016 г. лишь 0.1% участников опроса оценили как «очень хорошее». Около 7% сообщили о «хорошем» материальном положении, почти две трети оценили его как «среднее». В то же время четверть респондентов указала «плохую» и почти 4% – на «очень плохую» ситуацию.

На снижение цен в ближайшей перспективе надеются около 1% респондентов (на их значительное падение – только 0.1%); около 8% предполагают, что цены останутся на прежнем уровне. Подавляющее большинство участников опроса опасается роста цен, причем почти половина (46.8%) ожидают их значительного роста.

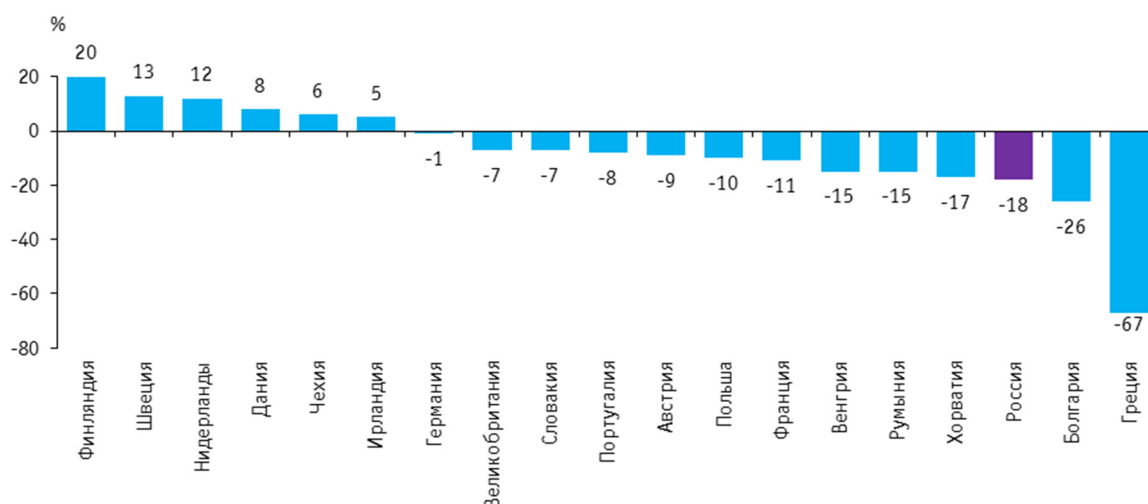
Лишь весьма небольшому числу участников опроса сложившаяся ситуация представляется очень благоприятной для совершения крупных покупок и формирования сбережений (0.5 и 0.4% соответственно). Умеренно благоприятные условия отметили 8.7 и 6.3% респондентов, нейтральной позиции – «плюсов» и «минусов» одинаково – придерживались 35.4 и 29%. Более половины (53 и 61.3%) заявили о неблагоприятной ситуации и для совершения крупных покупок, и для сбережений, причем соответственно 20.4 и 25.4% считали ее «совсем неблагоприятной».

В целом, подобное распределение ответов говорит о том, что почти треть населения страны недовольна своим материальным положением, 90% ожидают повышения цен (в ближайшем будущем). Также можно предположить, что более половины россиян не наращивают свои сбережения и не покупают без жизненной необходимости дорогостоящие товары, то есть, вероятнее всего, тратят подавляющую часть своего бюджета на текущие расходы.

Позиция России в рейтинге европейских стран

Несмотря на небольшой рост ИПУ, позиция России в рейтинге европейских стран, проводящих обследования потребительской уверенности по сопоставимой с Росстатом методологии, в конце 2016 года ухудшилась. Страна снова оказалась на третьем месте с конца рейтинга, уступая по глубине пессимизма потребителей лишь бессменному аутсайдеру – Греции, а также Болгарии. В Румынии и Хорватии потребительская уверенность восстанавливалась более интенсивно, и этим странам в IV квартале удалось сместить Россию с более позитивного места в рейтинге. Группа фаворитов осталась практически неизменной: наиболее уверенное и оптимистически настроенное население по-прежнему проживает преимущественно в северных странах: Финляндии, Швеции, Нидерландах и Дании, где, наряду с экономическими факторами, эффективно действует система социальной поддержки населения и достаточно высоки бюджетные вложения в человеческий капитал.

Рис. 5. Индекс потребительской уверенности в России и ряде стран ЕС в IV квартале 2016 г.



Источник: Россия – Росстат; страны ЕС – электронная база данных Евростата.

Выводы

В целом, динамика индекса потребительской уверенности в последнее время свидетельствует о позитивных процессах. На протяжении 2016 года мы наблюдали постепенное восстановление ИПУ: после резкого падения в I квартале он вырос на 12 процентных пунктов. Однако, во-первых, этот рост происходил в глубине зоны отрицательных значений индекса – с (-30) до (-18%), что позволяет говорить лишь о снижении пессимизма потребителей разной степени интенсивности, а отнюдь не о повышении их уверенности. Во-вторых, к концу 2016 года позитивная тенденция компенсационного роста ИПУ практически угасла. Если в III квартале индекс увеличился на 7 п. п., то в IV квартале – лишь на 1 п. п. Индикатор зафиксировался практически посередине между средними уровнями относительно благополучных 2011-2013 годов и кризисного 2015.

Такая динамика потребительской уверенности объясняется, вероятно, уже сформировавшейся привычкой населения жить в новых условиях. Дополнительную полезную информацию можно получить из данных Росстата. Так, падение реальных располагаемых денежных доходов населения продолжается уже более двух лет (в январе-ноябре 2015 г. реальные доходы снизились относительно соответствующего периода предыдущего года на 4.1%, а в январе-ноябре 2016 г. – на 5,8%). При этом за 11 месяцев 2015 г. фактические расходы населения превышали доходы на 625 млрд. рублей, а за 11 месяцев 2016 г., наоборот, доходы превышали расходы на 16,7 млрд. рублей. Оборот розничной торговли в январе-ноябре

2016 г. снизился к соответствующему периоду предыдущего года на 5,1%, а объем платных услуг – на 0,5%.

Все приведенные выше цифры свидетельствуют об одном – население уже адаптировалось к «новой реальности», то есть «подтянуло пояса», по возможности сократив расходы и оптимизировав свою потребительскую корзину на более низком уровне доходов. Личные «резервные фонды» и «фонды семейного благосостояния» созданы, собственные бюджетные правила установлены, субъективно ситуация стала восприниматься более спокойно. Сказался и психологический эффект относительной стабилизации макроэкономической ситуации в стране.

Необходимо обратить внимание на один незначительный фрагмент, постоянно выявляемый в динамике индекса за последние два года. С начала организации наблюдения за индексом потребительской уверенности (1998 г.) и примерно до 2015 г. данные Росстата показывали очень высокую корреляцию всех компонент индекса в период его роста. Причем доли респондентов, констатировавших улучшение своего материального состояния и общего состояния экономики страны, росли примерно одинаково. Начиная с 2015 г., все очевиднее проявляется тенденция к более позитивной оценке респондентами событий, происходящих с экономикой страны, а не с улучшением личного благосостояния. В результате основными драйверами роста общего индекса становятся не внутренние, а внешние составляющие. Так, например, в улучшение общего индекса за последние три квартала на 12 п. п. основной вклад внесла компонента «произошедшие изменения в экономике России», где наблюдался рост за этот период на 21 п. п. В то же время рост показателя «ожидаемые изменения личного материального положения» составил лишь 7 п. п. Конечно, в последнее время, особенно в конце прошлого года, заметна стабилизация основных макроэкономических показателей, характеризующих состояние экономики страны и в первую очередь тех, которые имеют непосредственное отношение к формированию уровня благосостояния населения. Так, инфляция перешла в дезинфляцию с очевидной тенденцией к замедлению роста потребительских цен в дальнейшем. Практически прекратилась повышенная турбулентность на валютном рынке и даже отмечается укрепление национальной валюты. Сохраняется достаточно позитивная ситуация на рынке труда. Несмотря на хроническое помесечное снижение реальных располагаемых денежных доходов населения, в последние месяцы проявляется тенденция к стабилизации реальных заработных плат, которые наверняка составляют преимущественную долю в доходах респондентов, отвечающих на вопросы анкеты Росстата о своей потребительской активности. И все-таки одним из основных критериев оценки происходящих экономических событий является ответ на вопрос, что мы наблюдаем в комплексе – рост или падение ВВП страны. Здесь ситуация однозначная. В 2016 г. мы увидим, хотя и незначительное, снижение ВВП по сравнению с 2015 г., причем данное явление происходит на фоне крайне низкой базы сравнения. Значит, экономике страны в прошлом году не удалось выйти на результаты даже кризисного 2015 г. Тогда почему участники потребительского опроса относительно позитивно оценивают экономические изменения в стране и крайне осторожны в оценках своего материального состояния? Скорее всего, объяснение достаточно простое. Оценивая свое материальное состояние, респонденты исходят из объективной информации, которой хорошо владеют. Оценки состояния экономики в целом более субъективны; мнения участников опроса в этом случае вряд ли основаны на отчетах Росстата, ЦБ РФ, Минфина РФ и других организаций, а, скорее, на общем достаточно позитивном информационном фоне. Данное явление не может принципиально повлиять на значимость мониторинга потребительского поведения населения, но определенную статистическую погрешность в итоговые результаты оно все-таки вносит. Просто при ретроспективном анализе потребительского тренда надо учитывать указанный факт.

Вместе с тем, следует отдавать себе отчет, что избыточное влияние субъективных факторов на оценочное мнение участников социоэкономических опросов может диаметрально повлиять на итоги исследования. Собственно, данный факт имел место при прогнозной оценке двух фундаментальных событий, произошедших в 2016 г. Так, подавляющее большинство ин-

формационных и социологических служб на основе своих опросов предсказывали, что по результатам референдума Великобритания останется в ЕС. Во втором случае большинство социологических служб, включая американский институт общественного мнения Гэллапа, который проводил опрос населения (около 45 млн. человек) в 45 странах мира, отдавали предпочтение на выборах 45-го Президента США Х. Клинтон. Фактически оба события завершились с обратным результатом. Эти два социологических провала, а иначе их не назовешь, в определенной мере понизили доверие к итогам социологических опросов. В быстро меняющемся экономическом и политическом мировом ландшафте доверять подобным опросам как истине в первой или последней инстанции нельзя. Использовать их результаты в качестве важной дополнительной информации можно, но выводы необходимо делать с применением многофакторного анализа, включающего форс-мажорные обстоятельства и базирующегося не только на социологии.

В заключение остановимся на еще одной проблеме, которая может возникнуть при длительном спаде реальных располагаемых денежных доходов российского населения. Если в ближайшее время не остановить этот процесс, он может достичь точки бифуркации, когда начнется рост дифференциации населения по уровню доходов. Снижение реальных доходов, поляризация на рынке труда, ухудшение бюджетных позиций здравоохранения и образования, а также сокращение общих вложений в человеческий капитал отрицательно влияют в основном на население с низкими и средними доходами. Качество жизни наиболее обеспеченной части населения практически не снижается из-за меньшей зависимости от государственных выплат и большей рентоориентированности доходов, да и восстанавливают они свои доходы значительно быстрее. Нельзя не принимать во внимание учитывать также редко анализируемый, но безусловный факт – благосостояние представителей среднего класса и беднейших слоев населения складывается в основном из цены на приватизированное и купленное ранее жилье. Учитывая, что в последние годы наблюдается снижение цен на жилье, россияне стали беднее минимум на четверть, при этом ценовое дно далеко еще не пройдено.

По некоторым оценкам, примерно 20 млн. российских граждан находятся в зоне относительной депривации. Главная проблема возможного роста концентрации доходов в результате снижения уровня жизни населения даже не в ограничении потребления продуктов питания и товаров длительного пользования, а в резком сокращении возможностей доступа к социальным стандартам: здравоохранению, образованию, общим навыкам и знаниям, включая доступ к российскому и мировому культурному наследию. Если в этом направлении для части населения проблема усилится, то с лагом 5-10 лет можно ожидать негативного эффекта для общества в целом. Необходимо отдавать себе отчет, что неравенство доходов и благосостояния населения является одной из основных причин возникновения социальных, политических и экономических проблем зачастую с непредсказуемыми последствиями.

Краткий методологический комментарий

Регулярные опросы потребительского поведения населения России проводятся Росстатом с 1998 г. ежеквартально на достаточно устойчивой панели респондентов. В настоящее время в опросах принимают участие около 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах во всех субъектах Российской Федерации.

Анкета обследования включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации, личном материальном положении, сбережениях и других аспектах формирования потребительской уверенности.

Частные индексы рассчитываются на основе определения баланса оценок – разности между суммой долей (в процентах) определенно позитивных и 1/2 скорее позитивных ответов и суммой долей (в процентах) определенно негативных и 1/2 скорее негативных ответов. Обобщающий индекс потребительской уверенности (ИПУ) рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок.

В целях проведения международных сопоставлений методология опросов Росстата гармонизирована с подобными исследованиями, проводимыми во многих странах мира, и базируется на принципах, рекомендованных Европейской Комиссией.