

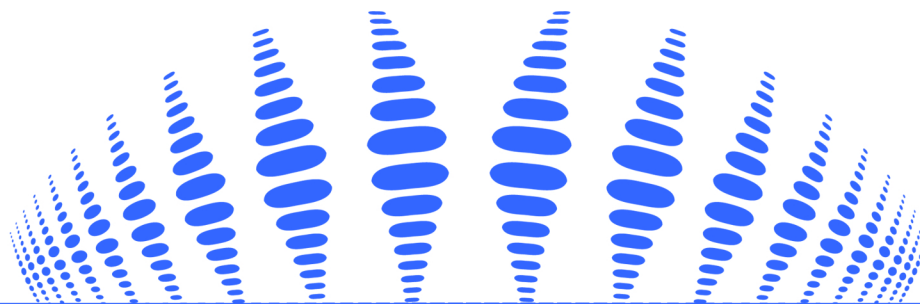


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

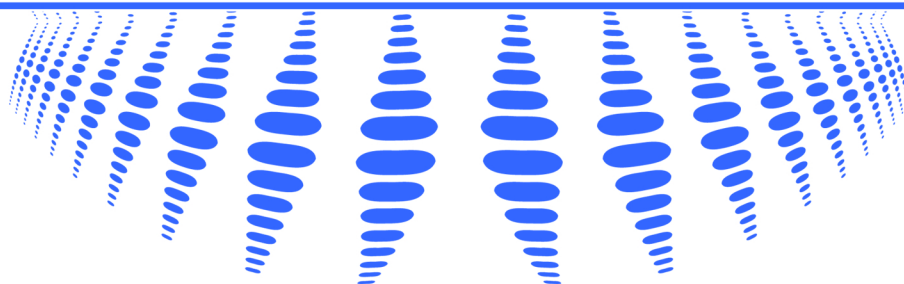


Институт статистических исследований  
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОЖИДАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ВО II КВАРТАЛЕ 2018 ГОДА



Июль '18

Москва

**Потребительские ожидания населения во II квартале 2018 года.** – М.: НИУ ВШЭ, 2018 – 10 с.

**Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ** представляет информационно-аналитический материал «Потребительские ожидания населения во II квартале 2018 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](mailto:issek@hse.ru)  
<http://issek.hse.ru>

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о потребительских настроениях населения России во II квартале 2018 года. В обзоре использованы итоги опросов потребителей, в которых принимают участие более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах. Опросы проводятся Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме во всех субъектах Российской Федерации.

Индекс потребительской уверенности Росстата является важнейшей компонентой сводного индекса экономического настроения (ИЭН ВШЭ), который ежеквартально рассчитывается Центром конъюнктурных исследований и интегрально характеризует состояние делового климата в экономике страны.

### Основные итоги II квартала 2018 года

- Улучшение **личного материального положения за последние 12 месяцев** констатировали 12% респондентов, а его ухудшение – 27% (кварталом ранее – 13 и 27%)
- Улучшения **личного материального положения в течение следующих 12 месяцев** ожидают 13% респондентов, а его ухудшения – 16% (кварталом ранее – 14 и 16%)
- Позитивно оценили **произошедшие за год изменения в экономике России** 19% участников опроса, негативно – 31% (кварталом ранее – 19 и 30%)
- Положительных **изменений в экономике России через год** ожидают 25% опрошенных, отрицательных – 20% (кварталом ранее – 23 и 19%)

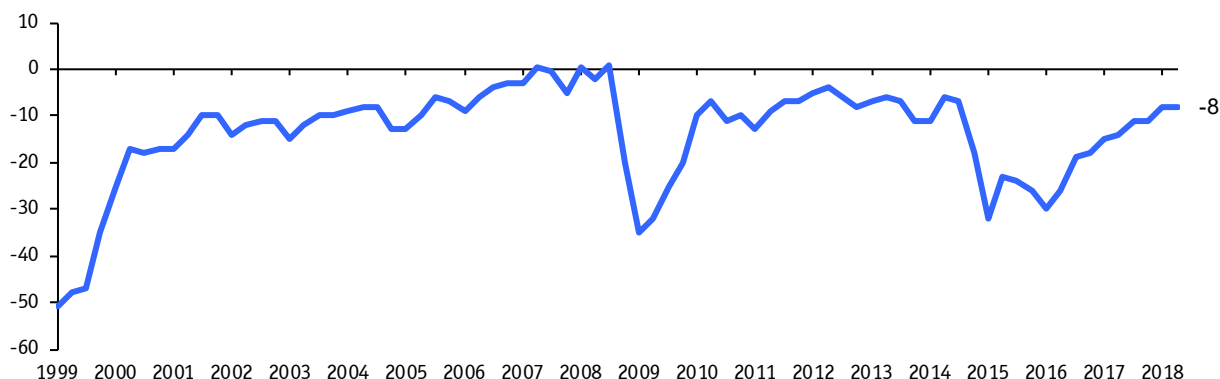
### Индекс потребительской уверенности

Во II квартале 2018 г. не выявлено заметных изменений совокупных потребительских настроений российского населения. Сводный **индекс потребительской уверенности** (ИПУ) сохранил значение предыдущего квартала (-8%).

На протяжении предыдущих двух с половиной лет наблюдалась практически непрерывная тенденция постепенного улучшения ИПУ. При этом траектория индикатора не выходила за пределы зоны отрицательных значений, поскольку участники опроса преимущественно негативно оценивали фактически произошедшие и ожидаемые в течение следующих двенадцати месяцев изменения в экономике страны и личном финансовом положении. Однако, учитывая ретроспективные результаты опросов, сложившееся в начале текущего года значение ИПУ можно интерпретировать как близкое к «нормальному». Положительных (и весьма невысоких) значений индикатор достигал лишь несколько раз за почти двадцать лет проведения обследований, в 2007 и 2008 гг.

Рис. 1. Индекс потребительской уверенности

Балансы, %

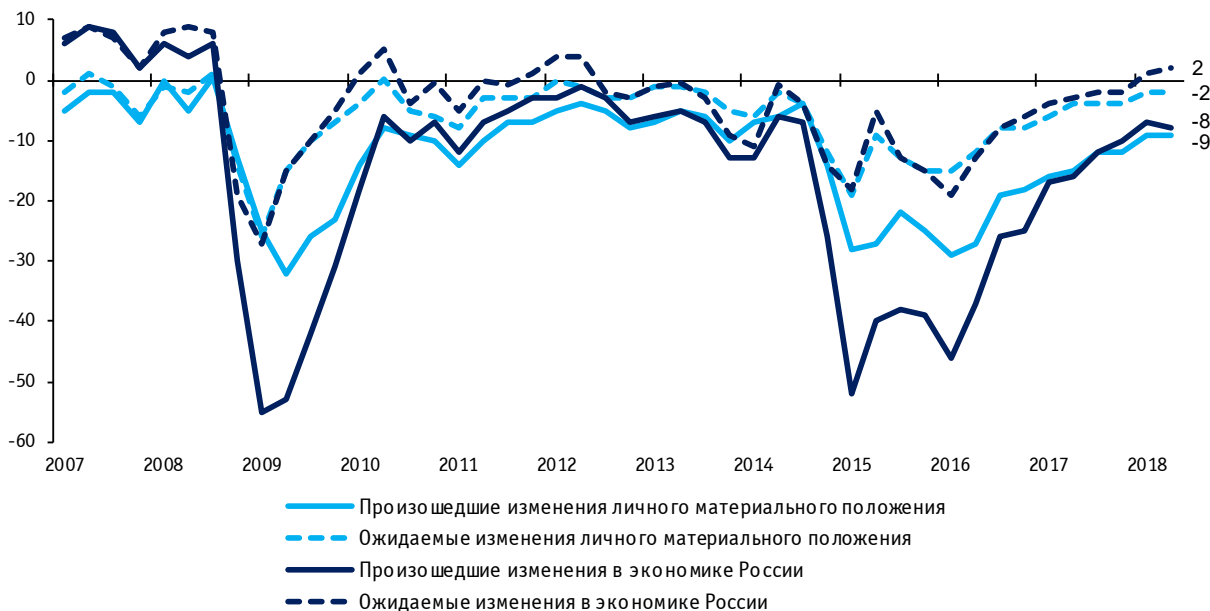


Источник: Росстат.

Стабильность ИПУ была обеспечена постоянством или минимальными разнонаправленными колебаниями его **компонентов**. Так, частный индекс ожидаемых изменений в экономике России вырос относительно предыдущего квартала на 1 п. п. до (+2)%, а аналогичный индекс фактических изменений снизился на ту же величину до (-8%). Индексы фактических и ожидаемых изменений личного материального положения респондентов не изменились, оставшись на отметках (-9) и (-2)%, соответственно.

Рис. 2. Частные индексы изменений экономической ситуации в России и личного материального положения респондентов

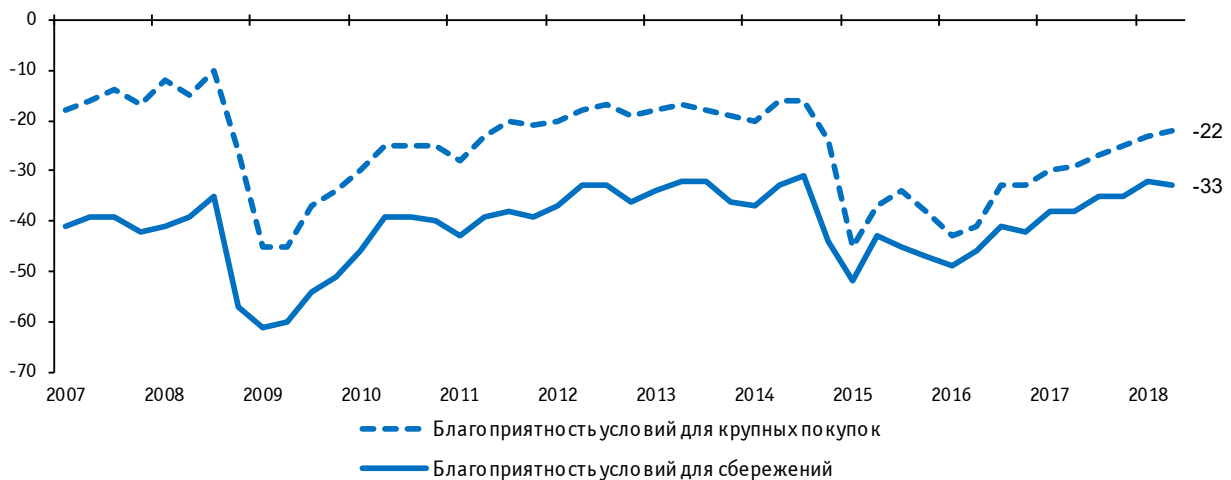
Балансы, %



Источник: Росстат.

**Индекс благоприятности условий для крупных покупок** прибавил относительно предыдущего квартала 1 п. п. и достиг значения (-22%). **Индекс благоприятности условий для сбережений**, который, согласно принятой методологии, в состав ИПУ не включается, показал противоположную динамику, снизившись также на 1 п. п. Оба указанных индикатора демонстрировали в последние годы достаточно уверенную повышательную динамику, однако лишь в пределах зоны отрицательных значений – большинство участников опроса по-прежнему не считали текущие экономические условия подходящими для покупки дорогостоящих товаров и наращивания сбережений.

Рис. 3. Частные индексы благоприятности условий для крупных покупок и формирования сбережений  
Балансы, %



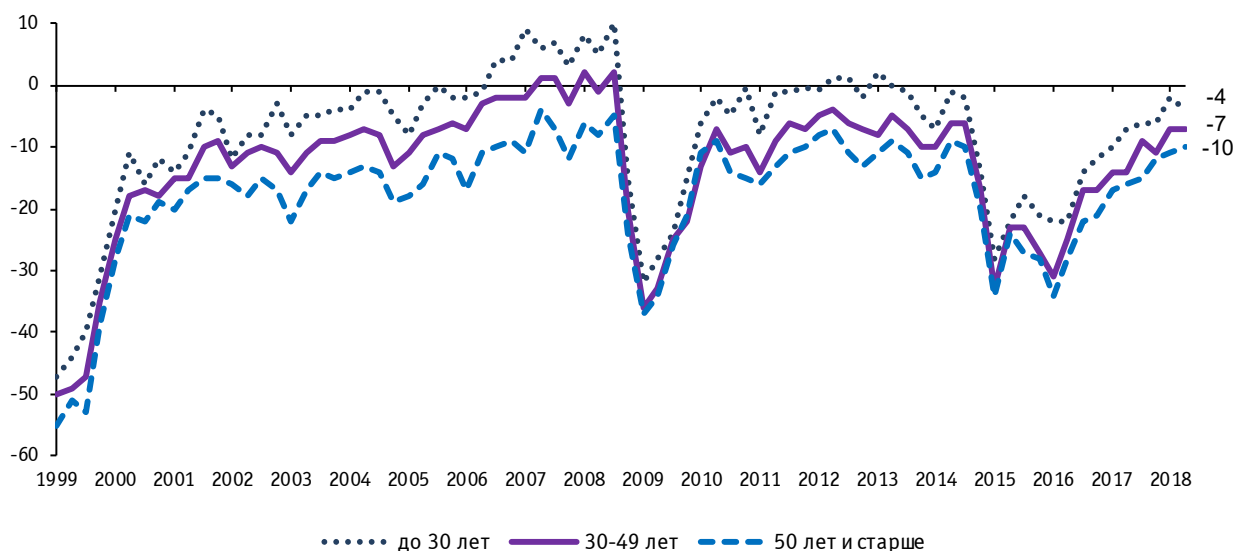
Источник: Росстат.

### Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Сохранилось традиционное распределение потребительской уверенности в зависимости от возраста респондентов: чем старше участники опроса, тем больше пессимизма в их оценках и, соответственно, ниже значение ИПУ. При этом впервые за последние два с половиной года было выявлено ухудшение экономических настроений среди всегда наиболее оптимистичной молодежи в возрасте от 16 до 29 лет; значение ИПУ в этой группе респондентов снизилось относительно предыдущего квартала на 2 п. п. до (-4%). В возрастной категории от 30 до 49 лет значение индикатора не изменилось, а в группе от 50 лет и старше оно выросло на 1 п. п. Следует отметить, что постепенное снижение градуса пессимизма среди населения старшего возраста продолжается уже девятый квартал подряд.

Рис. 4. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения

Балансы, %



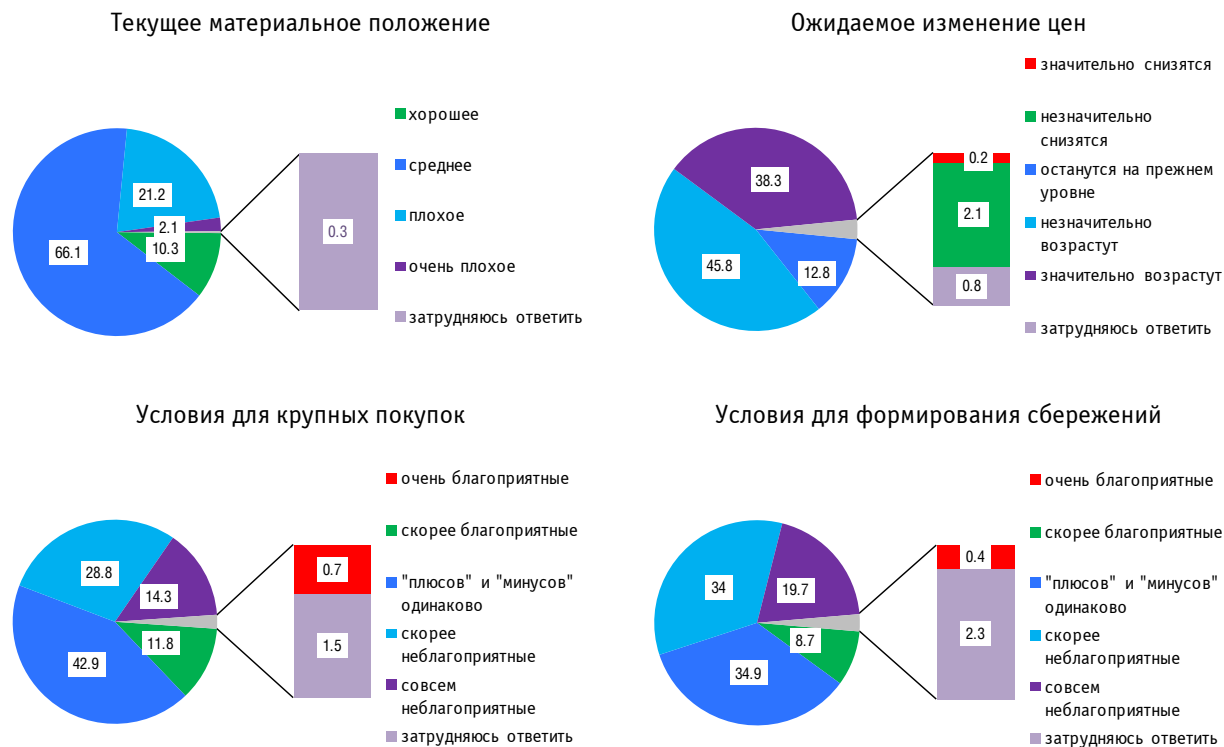
Источник: Росстат.

## Распределение ответов на отдельные вопросы

Анализ распределения мнений респондентов относительно их личного материального положения, условий для крупных покупок и сбережений, а также ожидаемой в следующем году инфляции позволяет более детально изучить эти аспекты формирования потребительской уверенности, в значительной степени определяющие состояние платежеспособного спроса на товары и услуги со стороны населения.

Рис. 5. Распределение мнений респондентов во II квартале 2018 г.

Доля от общего числа респондентов, %



Источник: Росстат.

Традиционно крайне малое число респондентов определенно позитивно оценили личное материальное положение, сложившиеся условия для совершения крупных покупок и формирования сбережений: доля оценок «очень благоприятная» ситуация не превышала 0,7%, и ни один участник опроса не охарактеризовал собственное материальное положение как «очень хорошее». Доля умеренно позитивных мнений («хорошее» положение, «скорее благоприятная» ситуация) составляла 8-11%. Превалировали нейтральные и умеренно негативные настроения. Так, две трети респондентов оценили свое материальное положение как «среднее» и 21% – как «плохое»; 43 и 35% полагали, что в условиях для крупных покупок и сбережений «плюсов» и «минусов» одинаково, а 29 и 34% считали условия «скорее неблагоприятными». Определенно негативного мнения относительно личного финансового положения придерживались лишь 2% респондентов, однако подобные оценки условий для крупных покупок и сбережений встречались намного чаще – в 14 и 20% ответов, соответственно.

Сравнивая данные результаты с распределением оценок в предыдущем квартале, можно отметить ряд позитивных моментов. В частности, доля «хороших» оценок личного материального положения выросла с 8,7 до 10,3% при снижении доли «плохих» оценок с 22,9 до 21,2%. Аналогичным образом изменилось отношение населения к условиям для крупных покупок: доля «скорее благоприятных» мнений выросла с 11,4 до 11,8%, а доля «скорее неблагоприятных» снизилась с 15,0 до 14,3%.

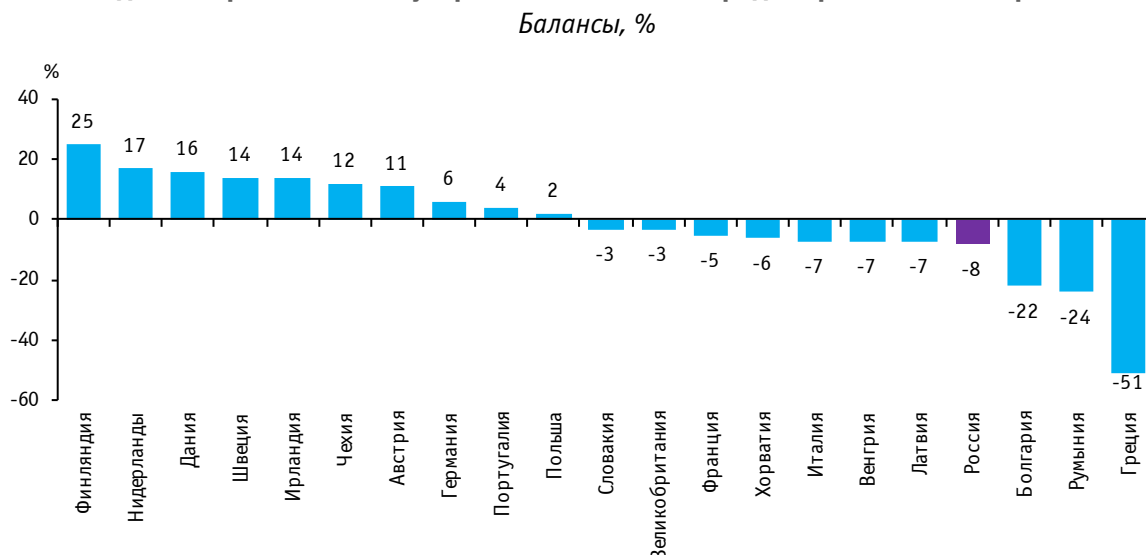
Большинство участников опроса были солидарны во мнениях относительно перспектив потребительской инфляции в течение следующих 12 месяцев: около 85% предполагали подорожание товаров и услуг, лишь 13% рассчитывали на неизменность цен и 2% – на их незначительное снижение. Можно отметить негативный сдвиг оценок сравнительно с результатами предыдущего квартала: доля мнений о предстоящей значительной потребительской инфляции возросла за счет уменьшения доли мнений о несущественном росте или стабильности цен.

Несмотря на отмеченные выше изменения, выводы из распределения оценок по-прежнему неутешительны: почти четверть россиян не удовлетворены своим материальным положением; доходы почти половины домохозяйств могут обеспечить лишь базовый уровень потребления без возможности делать сбережения или крупные покупки; почти 85% населения страны ожидают дальнейший рост цен на потребительские товары и услуги.

### Позиция России в рейтинге европейских стран

**Позиция России в рейтинге** потребительской уверенности населения, включающем ряд европейских стран, где проводятся аналогичные обследования, несколько ухудшилась относительно предыдущего квартала: страна вновь переместилась ближе к концу списка. Однако радикальных перемен на протяжении последних лет не наблюдается: возглавляют рейтинг страны Северной Европы, замыкают – три традиционных «пессимиста» (Греция, Румыния и Болгария), а позиция России меняется в весьма ограниченном диапазоне относительно стран Восточной Европы.

Рис. 6. Индекс потребительской уверенности в России и ряде стран ЕС во II квартале 2018 г.



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

## Выводы

Судя по результатам опроса потребителей, проведенного Росстатом во II квартале 2018 г., российское население практически не отреагировало на ряд знаковых событий последних месяцев. К этим событиям можно отнести, во-первых, активно обсуждаемую пенсионную реформу, которая затрагивает все возрастные группы населения. Одним она сулит несколько лишних лет ожидания пенсионных выплат (например, женщины при повышении пенсионного возраста на восемь лет, потенциально за эти годы могут потерять более 1,3 млн. руб. даже при сохранении средней ежемесячной пенсии по стране около 14 тыс. руб.), другим – повышение размера уже получаемой пенсии. Во-вторых, анонсированный Минфином РФ рост ставки НДС на 2%, который с некоторым лагом неизбежно приведет к дополнительному росту потребительских цен, как минимум, на 1%, поскольку подавляющее большинство товаров и услуг, включенных в потребительскую корзину, облагается НДС. При этом наибольший ущерб от роста НДС понесут виды экономической деятельности с высокой долей затрат на промежуточное потребление сырья и материалов; к ним относится и пищевая промышленность, конечным потребителем продукции которой являются домашние хозяйства.

В случае повышения НДС на 2% меньшая часть экономических агентов пойдет цивилизованным путем, минимизируя вынужденные издержки ростом производительности труда путем внедрения в производство новых инновационных схем. Однако многие предприниматели прибегнут к старым, но уже проверенным схемам, сокращая занятых на предприятиях, снижая заработную плату работников, особенно ее переменную часть, не оговоренную официальным контрактом, частично уходя « в тень » или просто перенося налоговые потери на себестоимость конечной продукции. Все четыре перечисленных варианта отрицательно скажутся на населении и, соответственно, на динамике индекса потребительской уверенности. Скорее всего, несколько смягчат ценовое давление, по крайней мере, на низкодоходное население, организации розничной торговли. Учитывая, что подавляющее большинство руководителей розничных организаций – добросовестные люди, понимающие свою и торговли в целом социальную ответственность перед населением, они также применяют известный механизм продаж продовольственных товаров. Получив товар для реализации по новым повышенным прайс-листам, розничные организации для сохранения своей рентабельности будут вынуждены поднять и цены продаж. Однако для товаров первой необходимости розница сохранит предыдущие цены или увеличит их на минимальную величину, а «отбивать» потери будет на деликатесах, дорогостоящих продовольственных товарах, ликеро-водочных и табач-



ных изделиях, где торговая наценка заметно увеличится. В результате низкодходное население, редко покупающее перечисленные товары, пострадает в меньшей степени. Вместе с тем, подобные схемы могут использоваться преимущественно в крупных сетевых магазинах, имеющих широкую ассортиментную линейку товаров, и такой маневр возможен в основном для продовольственной розницы. Что делать непродовольственному сегменту розничной торговли при получении на реализацию по повышенным ценам продукции швейников, текстильщиков, обувщиков и других промышленных предприятий, производящих товары для населения, это большой вопрос.

К двум перечисленным негативным для населения факторам можно добавить состоявшийся рост цен на бензин, ожидаемое в июле повышение тарифов на коммунальные услуги, возможное увеличение пошлин на приобретаемые зарубежные интернет-товары и повышение налогов на самозанятых.

Все эти события могли бы послужить триггером снижения уверенности потребителей, однако фактически они крайне слабо повлияли на результаты опроса, хотя впервые за последние десять кварталов в динамике ИПУ не было зафиксировано роста. Все оценки респондентов либо повторили значения предыдущего квартала, либо продемонстрировали минимальные колебания в диапазоне плюс-минус 1 п. п. Единственным параметром, показавшим заметное изменение в негативную сторону, стал снизившийся на 2 п. п. индекс потребительской уверенности в самой оптимистичной возрастной страте респондентов в возрасте от 16 до 29 лет.

Некоторую настороженность также может вызвать разнонаправленная динамика оценок фактических и ожидаемых изменений макроэкономической ситуации в стране. Частный индекс ожидаемых изменений этого показателя вырос на 1 п. п., вновь обновил свой 6-летний максимум (+2%) и продолжает развиваться в зоне положительных значений, отражая преимущественно оптимистичное отношение россиян к перспективам развития национальной экономики. При этом индекс произошедших изменений снизился на ту же величину до (-8%). Таким образом, россияне стали больше надеяться на позитивные макроэкономические сдвиги в ближайшем будущем, однако более негативно оценивали действительно произошедшие изменения. Однако делать какие-либо определенные выводы на основании таких малозначительных корректировок настроений потребителей пока, конечно, рано.

Противоположное влияние на настроения и ожидания россиян мог бы оказать мировой футбольный чемпионат, принесящий и объективные бонусы в виде временного расширения занятости, оживления потребительской активности, роста товарооборота и объемов предоставленных услуг, и субъективно ощущаемый беспрецедентный общий подъем энтузиазма, особенно с учетом относительных успехов российской сборной. Однако позитивных изменений настроений также не было выявлено.

В принципе, реальная экономическая ситуация в стране и не предполагает резких сдвигов настроений потребителей в какую-либо сторону. Устойчивый, хотя и невысокий, экономический рост продолжается, потребительская инфляция пока невысока, цены на углеводородное сырье и курс национальной валюты сохраняют слабо позитивную динамику. Продолжается повышательный тренд в динамике реальных располагаемых денежных доходов населения, однако в мае этот показатель увеличился относительно мая предыдущего года лишь на 0,3%, что, конечно, недостаточно для акцентированного подъема потребительских настроений.

Вероятно, определенную позитивную роль в динамике ИПУ играет рост потребительского кредитования и снижение ставок по данному виду кредитования. Вместе с тем, есть определенное беспокойство относительно дальнейшего движения по этому пути. Избыточное и зачастую безответственное кредитование со стороны отдельных банковских организаций может негативно отразиться на материальном состоянии самих заемщиков. Такое уже происходило 3-4 года назад, когда основной «жертвой» излишней закредитованности стало население с низкими и средними доходами. Не исключено, что подобная модель экономического поведения может привести в будущем к росту неравенства в доходах и нанести удар не только по экономике страны, но и, главное, по социальной стабильности.

## 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 более 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 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.