

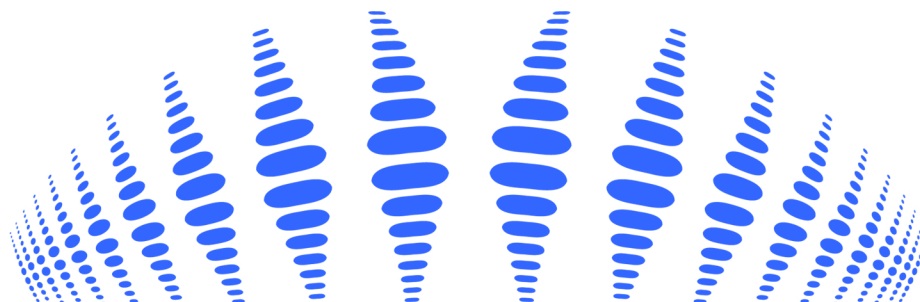


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

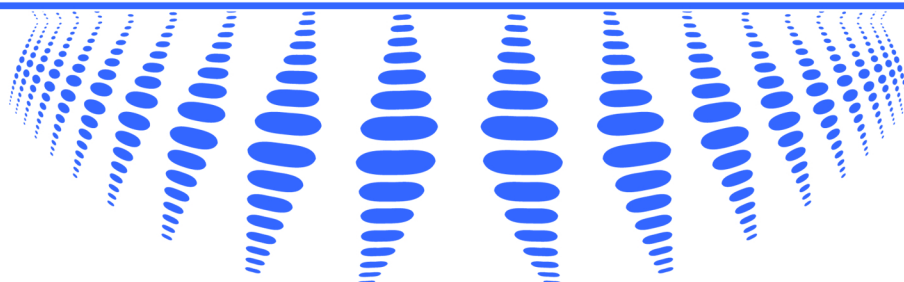


Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В I КВАРТАЛЕ 2020 ГОДА



Май '20

Москва

Потребительские настроения населения в I квартале 2020 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2020 – 8 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в I квартале 2020 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.

Индекс потребительской уверенности Росстата является 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).*

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», 2020
При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о потребительских настроениях населения в I квартале 2020 г. В обзоре использованы итоги опросов потребителей (домашних хозяйств), в которых принимают участие более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше. Опросы проводятся Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме во всех субъектах Российской Федерации.

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

Информационно-аналитический материал основан на результатах опросов респондентов, проведенных в феврале 2020 г., когда потребительские настроения еще не испытали экономических и социальных шоков, связанных с пандемией коронавируса и падением нефтяного рынка.

Основные итоги I квартала 2020 года

- **Индекс потребительской уверенности (ИПУ)**¹ прибавил относительно значения предыдущего квартала на 2 процентных пункта (п. п.) и составил (-13)%
- Улучшение **личного материального положения за последний год** отметили 12% респондентов, а его ухудшение – 27% (кварталом ранее – 10 и 28%)
- Улучшения **личного материального положения в течение следующих 12 месяцев** ожидают 13% респондентов, а его ухудшения – 17% (кварталом ранее – 12 и 19%)
- Позитивно оценили **произошедшие за последний год изменения в экономике России** 15% участников опроса, негативно – 34% (кварталом ранее – 13 и 38%)
- Положительных **изменений в экономике России в течение следующих 12 месяцев** ожидают 20% опрошенных, отрицательных – 27% (кварталом ранее – 16 и 29%)

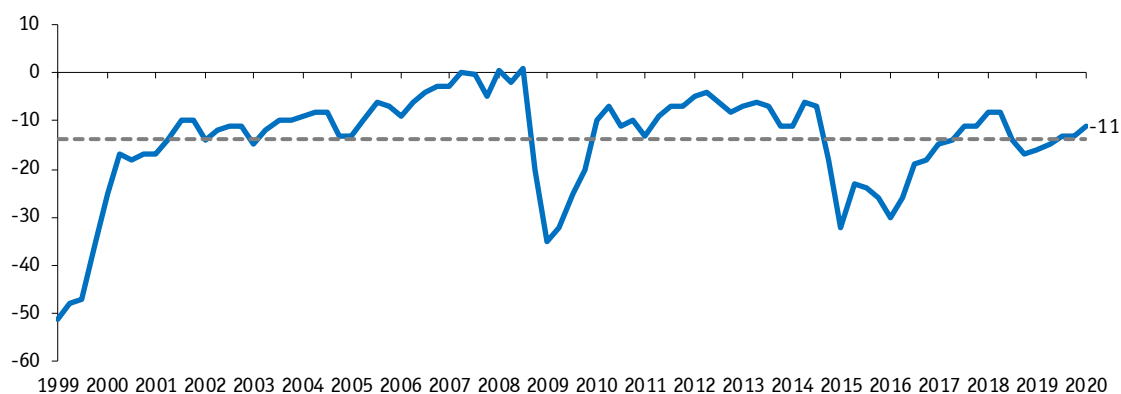
Индекс потребительской уверенности и его компоненты

В I квартале 2020 г. возобновилось восстановление совокупных потребительских настроений населения России. **Индекс потребительской уверенности (ИПУ)** прибавил 2 п. п. относительно значения предыдущего квартала и составил (-11%), что несколько превысило средний долговременный уровень индикатора. При этом, однако, доля участников опроса, неудовлетворенных личным материальным положением и сообщивших о его фактическом и ожидаемом ухудшении, по-прежнему заметно превышала долю респондентов с противоположными мнениями.

¹ 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.

Рис. 1. Индекс потребительской уверенности

Балансы, %²



Примечание: пунктирная линия обозначает среднее долговременное значение ИПУ за весь период наблюдений.
Источник: Росстат.

Позитивную динамику относительно предыдущего квартала продемонстрировали практически все **компоненты ИПУ**. В частности, частные индексы фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации в стране прибавили за квартал по 4 п. п. каждый. Частные индексы фактического и ожидаемого изменения личного материального положения участников опроса улучшились в меньшей степени, показав рост на 2 п. п. каждый. Все четыре компонента остались в пределах зоны отрицательных значений, однако те индексы, которые характеризуют ожидания населения на 12 следующих месяцев, приблизились к границе с зоной позитивных настроений.

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

Балансы, %

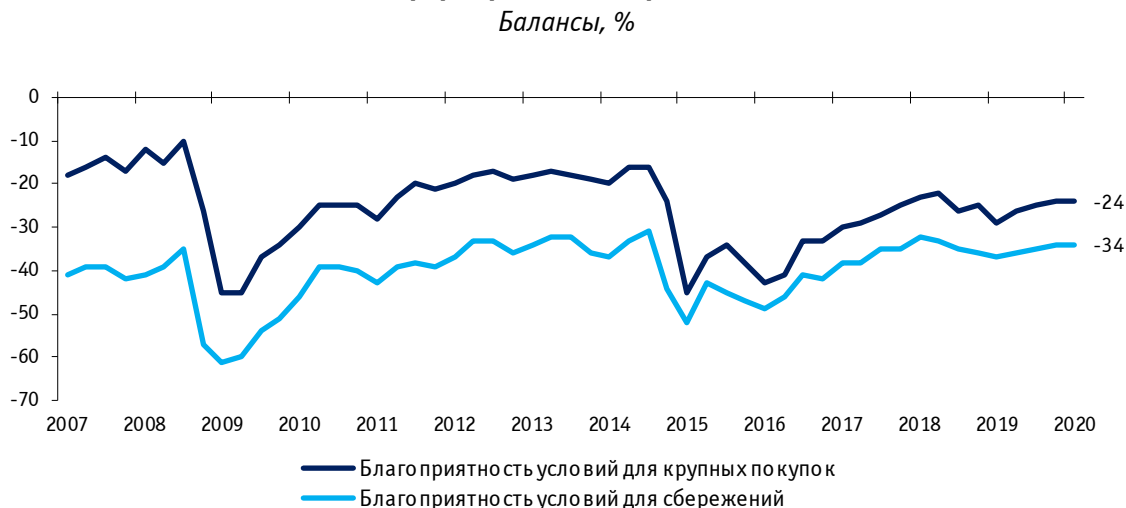


Источник: Росстат.

² Балансы оценок изменения показателей (в процентах) определяются разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом.

Пятый компонент ИПУ – частный индекс благоприятности условий для крупных покупок – не изменился относительно предыдущего квартала, оставшись на отметке (-24%). Не претерпел изменений и индекс благоприятности условий для сбережений, который, согласно принятой методологии, в состав ИПУ не включается.

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



Источник: Росстат.

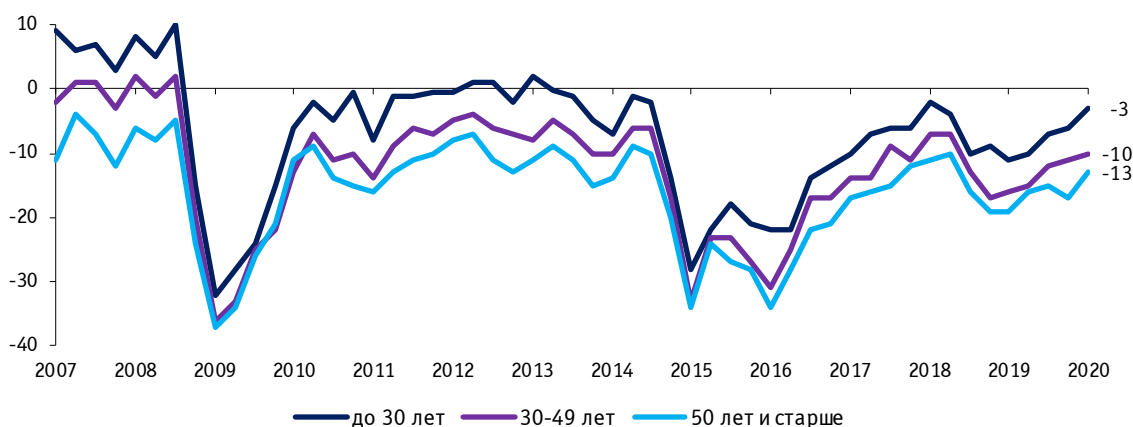
При этом более половины участников опроса считали текущую ситуацию неподходящей для формирования сбережений (34% охарактеризовали ее как «скорее неблагоприятную», а 21% – как «совсем неблагоприятную»). Почти половина респондентов придерживались подобных мнений относительно условий для крупных покупок – 30 и 15%, соответственно.

Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Потребительские настроения улучшились, хотя и в разной степени, во всех **трех наблюдаемых возрастных группах населения**. В частности, в группе молодежи (до 30 лет) ИПУ вырос на 3 п. п., а его значение (-3%) стало одним из лучших за последние шесть лет. Настроения людей среднего возраста (от 30 до 49 лет) стали немного менее пессимистичными, ИПУ прибавил лишь 1 п. п. и остановился на отметке (-10%). В группе населения от 50 лет и старше значение ИПУ переместилось с (-17) до (-13%), однако рост индикатора на 4 п. п. в основном компенсировал его падение в предыдущем квартале. В целом, возрастное распределение потребительских настроений населения сохранило традиционную конфигурацию – чем старше респонденты, тем более негативно они оценивают ситуацию.

Рис. 4. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения

Балансы, %



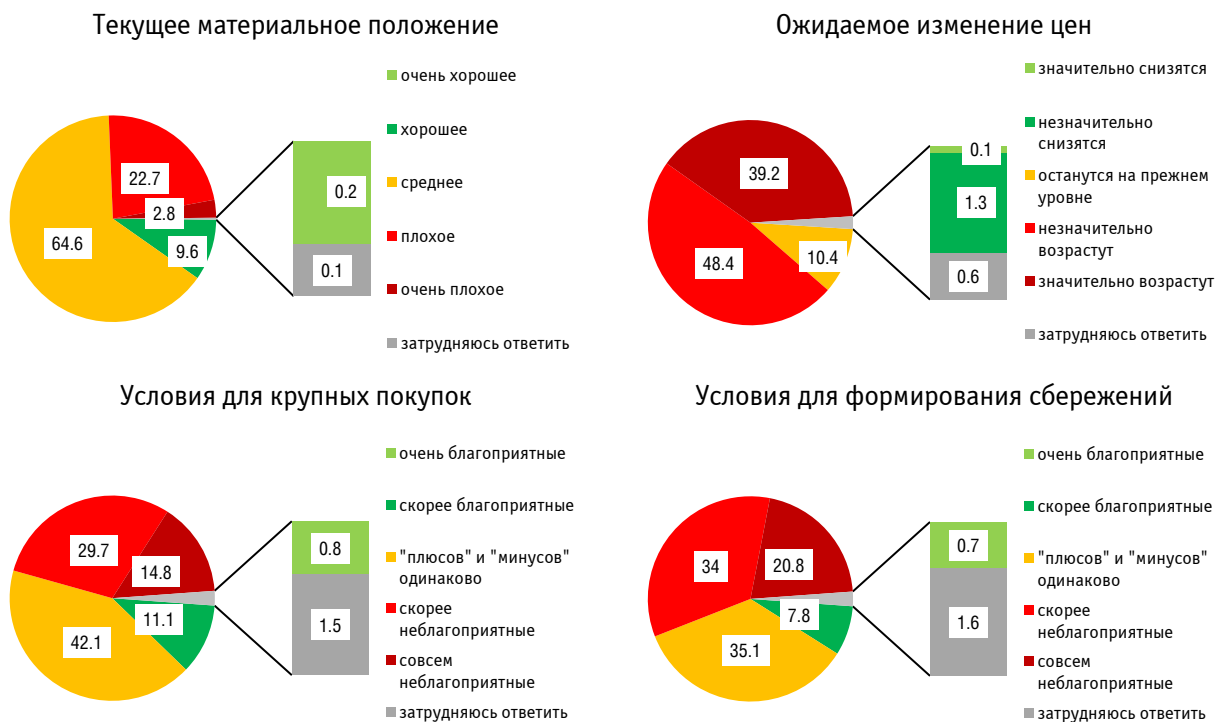
Источник: Росстат.

Распределение ответов на отдельные вопросы

Анализ распределения мнений респондентов относительно их личного материального положения, условий для крупных покупок и сбережений, а также ожидаемой в следующие двенадцать месяцев 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 в I квартале 2020 г.

Доля от общего числа респондентов, %



Источник: Росстат.

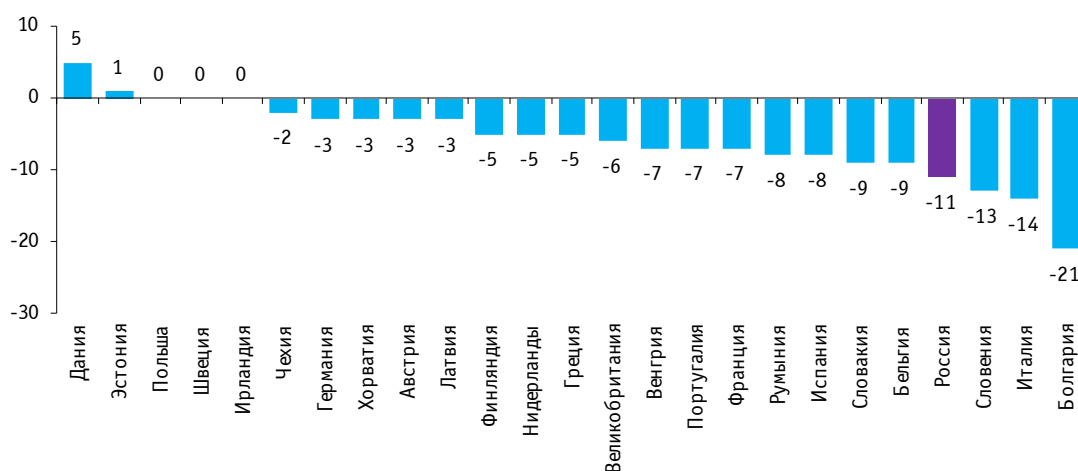
Только около 10% участников опроса в I квартале 2020 г. позитивно оценивали личное материальное положение, условия для совершения крупных покупок и формирования сбережений, выбирая опции ответов «хорошее», «очень хорошее», благоприятные» и «скорее благоприятные». Превалировали нейтральные и умеренно негативные мнения. К сожалению, выросла по сравнению с предыдущим кварталом доля респондентов, сообщивших об «очень плохом» материальном положении – с 1,5 до 2,4%. При этом практически не изменилась доли «совсем неблагоприятных» мнений относительно условий для крупных покупок и сбережений (15 и 21%, соответственно).

При традиционно пессимистических ожиданиях инфляции в течение следующих 12 месяцев – почти 90% респондентов опасались роста цен – можно отметить небольшое увеличение доли тех, кто предполагал, что цены «останутся на прежнем уровне» (с 8,6 до 10,4%), за счет снижения доли ответов «значительно возрастут» (с 42,6 до 39,2%).

Позиция России в рейтинге европейских стран

В **рейтинге европейских стран**, где проводятся обследования потребительской уверенности населения, Россия занимает четвертое место с конца, опережая Словению, Италию и Болгарию. Следует отметить, что данные по всем европейским странам приведены за февраль 2020 г., то есть до принятия странами ограничительных мер, связанных с распространением коронавируса.

Рис. 6. Индекс потребительской уверенности в России и ряде европейских стран в I квартале 2020 г.
Балансы, %



Источники: Росстат, Европейская комиссия (данные за февраль 2020 г.).

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.