ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В I КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА

Май ‘21

Москва

Авторы:
Липкинд Т.М., Остапкович Г.В., Китрар Л.А.

Потребительские настроения населения в I квартале 2021 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 9 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в I квартале 2021 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

В основу обзора положены ежеквартальные опросы более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше. Такие опросы Федеральная служба государственной статистики (Росстат) проводит во всех субъектах РФ. Это распространённый и действенный в международной практике статистических служб и исследовательских организаций источник информации о потребительских настроениях населения.

Информационная база мониторинга содержит категориальную статистику **«балансов мнений»,** базирующуюся на ответах респондентов обследований Росстата. Такая «мягкая» качественная статистика отражает особенности когнитивного восприятия экономическими агентами экономических тенденций в режиме «почти реального времени».

Первичные данные Росстата (ответы респондентов на вопросы анкет) структурированы в соответствии с прямыми индикаторами каждого выборочного обследования. В результате их **квантификации** формируется информационный массив, представленный преимущественно в порядковой и номинальной шкалах измерения. Вычислительные процедуры для обработки и агрегации полученных категориальных данных позволяют получать динамику **композитных** (сводных) **индикаторов**.

Основные требования ко всем композитным индикаторам конъюнктурных обследований в сфере услуг – это измерение многомерных понятий; наличие опережающих свойств по выпуску результатов обследований; прозрачность метода агрегации, простота интерпретации и доступность для эффективного восприятия.

Программа обследований Росстата сопоставима с международными стандартами, разработанными совместно ОЭСР и Европейской комиссией для гармонизированных обследований бизнеса и потребителей в странах ЕС. Это позволяет проводить полноценный **сопоставительный анализ** российской статистики деловой активности с международными аналогами.

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
E-mail: issek@hse.ru
http://issek.hse.ru

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2021
При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о потребительских настроениях населения России в I квартале 2021 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 РФ.

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.

Основные итоги I квартала 2021 года

- **Индекс потребительской уверенности** (ИПУ)[1] увеличился на 5 процентных пунктов (п. п.) относительно предыдущего квартала до значения (-21)%
- Улучшение **личного материального положения за прошедший год** отметили 8% респондентов, а его ухудшение – 38% (кварталом ранее – 8 и 43%)
- Улучшения **личного материального положения в течение следующих 12 месяцев** ожидают 12% респондентов, а ухудшения – 24% (кварталом ранее – 8 и 28%)
- Позитивно оценили **произошедшие за год изменения в экономике России** 7% участников опроса, негативно – 62% (кварталом ранее – 4 и 72%)
- Положительных **изменений в экономике России через год** ожидают 17% опрошенных, отрицательных – 33% (кварталом ранее – 11 и 42%)

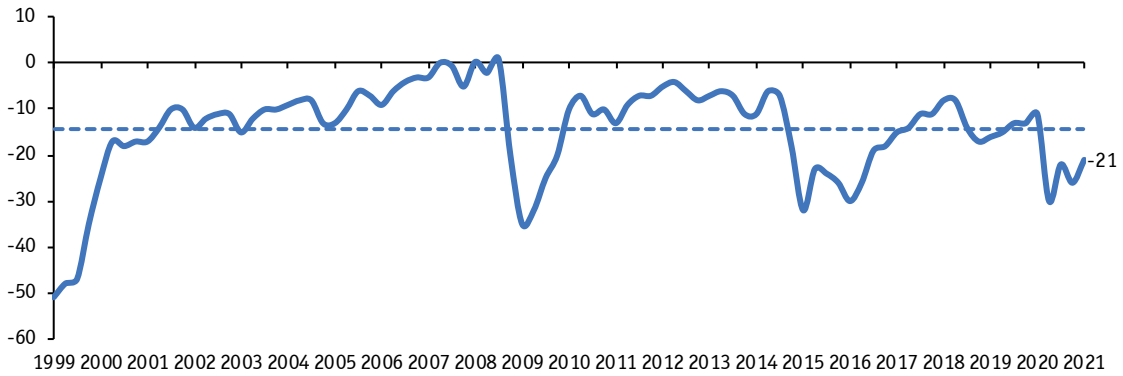
Индекс потребительской уверенности и его компоненты

Результаты выборочного обследования домашних хозяйств, проведенного Росстатом в I квартале 2021 г., показали **улучшение потребительских настроений населения России.** Сводный индекс потребительской уверенности (ИПУ) вырос относительно предыдущего квартала на 5 п. п. и составил (-21%). Траектория индикатора в прошедшем году, обусловленная, главным образом, внеэкономическими факторами, отразила две волны пандемии с кризисными точками во II и IV кварталах 2020 г.

[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 различной интенсивности показали все компоненты ИПУ. Наиболее значительно выросли частные индексы ожидаемых и фактических изменений в экономике России, прибавив 10 и 8 п. п., соответственно, относительно предыдущего квартала. Оценки респондентами изменений собственных финансов улучшились не так заметно: частные индексы ожидаемых и фактических изменений личного материального положения выросли на 2 и 4 п. п. соответственно.

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

Балансы, %

Источник: Росстат.

Частные **индексы благоприятности условий для крупных покупок** (пятый компонент ИПУ) и **сбережений** (в состав ИПУ не включается) прибавили по сравнению с предыдущим кварталом по 3 п. п. каждый, составив (-31) и (-39%) соответственно.

[2] Балансы оценок показателей (в процентах), определяемые разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также разностью долей респондентов, оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

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

Балансы, %

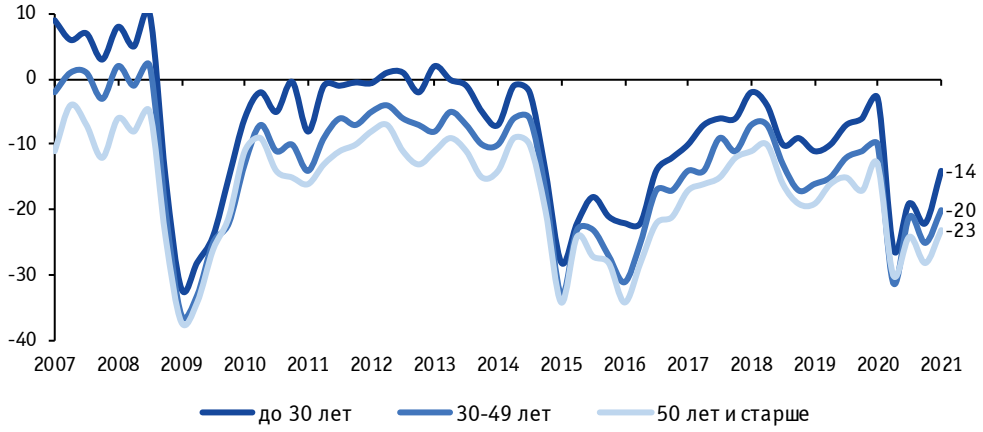
Источник: Росстат.

Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Наиболее заметно улучшились экономические настроения молодежи: в группе населения до 30 лет ИПУ вырос относительно предыдущего квартала на 8 п. п. до (-14%). В возрастных стратах от 30 до 49 лет и от 50 лет и старше индексы показали более слабую позитивную динамику, прибавив по 5 п. п. и составив (-20) и (-23%) соответственно.

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 показывает определенное улучшение данных аспектов формирования потребительской уверенности относительно предыдущего квартала.

Рис. 5. **Распределение мнений респондентов в I квартале 2021 г.**
Доля от общего числа респондентов, %

Источник: Росстат.

В I квартале 2021 г. участники опроса несколько чаще, чем в конце предыдущего года, положительно оценивали свое материальное положение, сложившиеся условия для совершения крупных покупок и формирования сбережений; соответственно снизилась доля негативных оценок этих показателей. В частности, 8,6% респондентов считали свое материальное положение «хорошим» или «очень хорошим», а 25,8% определяли его как «плохое» или «очень плохое» (кварталом ранее доли таких мнений составляли 7,8 и 26,6%). Позитивно оценивали условия для крупных покупок и сбережения средств 9,5 и 6,3% участников опроса, соответственно (кварталом ранее – 8,7 и 6,0%); негативные оценки показателей были получены от 52,2 и 59,5% респондентов (кварталом ранее – 55,5 и 63,3%).

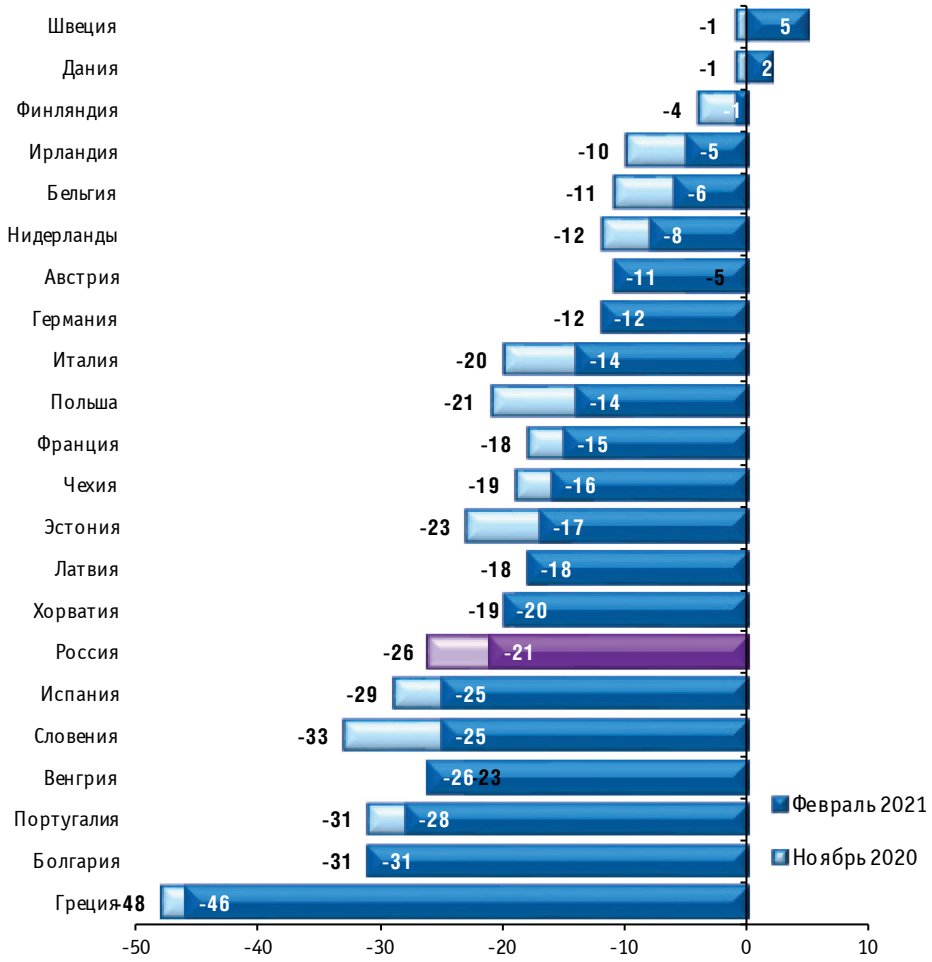
Мнения относительно предполагаемого в течение следующих двенадцати месяцев изменения цен улучшились весьма незначительно. Как и кварталом ранее, более 90% участников опроса ожидали подорожания потребительских товаров и услуг, лишь 7,2% надеялись на стабильность цен, и 1,3% – на их снижение.

Позиция России в рейтинге европейских стран

В I квартале текущего года улучшились потребительские настроения не только в России, но и в большинстве европейских стран, при этом в Швеции и Финляндии индекс потребительской уверенности достиг положительных, хотя и невысоких значений. Рост пессимизма относительно предыдущего квартала наблюдался только в Австрии и Венгрии.

Рис. 6. **Индекс потребительской уверенности в России и европейских странах**

Балансы, %



Примечание: в странах ЕС обследования потребителей проводятся ежемесячно.

Источники: Росстат, Европейская комиссия.

Выводы

Траектория индекса потребительской уверенности, сформировавшаяся на основании результатов последних ежеквартальных опросов потребителей, отразила **две волны коронавирусной атаки** с периодами кризисного снижения во II и IV кварталах 2020 г. и последующими отскоками от дна в III квартале 2020 г. и I квартале 2021 г.

Кроме позитивной корректировки индекса в целом, следует отметить заметный рост относительно предыдущего квартала двух его **«прогнозных» компонентов**. Частные индексы ожидаемого изменения личного финансового положения респондентов и экономической ситуации в стране в I квартале текущего года восстановились до своих предпандемических значений. Хотя прогнозы, особенно касающиеся макроэкономического развития, являются наиболее субъективными и эмоционально окрашенными компонентами ИПУ, зависящими от превалирующего информационного фона, такую динамику можно отнести к позитивным результатам последнего обследования. Однако оба частных индекса, характеризующие **фактические изменения** личной и общей экономической ситуации, пока еще далеки от своих докризисных параметров.

Основными **причинами укрепления потребительской уверенности** стали адаптация населения к присутствию в их жизни Covid-19, относительно спокойный его маршрут в начале года по территории России и, главное, позитивный процесс вакцинации населения страны.

В этой связи следует отметить, что динамика потребительских настроений в экстраординарных условиях пандемии определяется не только объективными (экономическими и санитарными) причинами, но и в значительной степени психологическим фактором – ведь в основе показателей обследования лежит не беспристрастная бухгалтерская отчетность, а субъективные мнения людей.

В прошлом году значительная часть населения страны из-за неопределенности в оценках продолжительности и интенсивности коронавирусной атаки находилась в состоянии частичного когнитивного диссонанса из-за боязни за себя и за своих близких. Такой психологический шок не мог не оказать серьезного негативного воздействия на настроения и образ жизни людей, вынуждая их, помимо всего прочего, менять потребительскую модель поведения на сберегательную и воспринимать даже позитивные изменения в экономике и собственных доходах с негативным фоном.

Если в текущем году уровень **вакцинации населения** России достигнет хотя бы 55-65% взрослого населения страны, мы непременно увидим дальнейший рост потребительской уверенности. Для достижения этой цели, по-видимому, необходимо еще более интенсифицировать процесс вакцинации и усилить прививочную пиар компанию, вплоть до предоставления финансовых и других бонусов для прививающихся людей. Эти издержки будут несопоставимы с выгодами от всеобщей вакцинации, как в части улучшения состояния здоровья людей, так и повышения их производительности и потребительской активности.

Вторым фактором возможного дальнейшего укрепления потребительской уверенности является неизбежный в текущем году рост **реальных располагаемых денежных доходов населени**я страны. Пока трудно сказать, какой будет динамика доходов населения, однако по косвенным признакам можно с уверенностью предположить, что общий тренд по сравнению с 2020 г. будет позитивным. В первую очередь, об этом свидетельствуют меры, предпринимаемые Правительством РФ, по дальнейшей поддержке доходов и занятости населения, а также неминуемое начало восстановительного компенсационного роста в реальном секторе экономики страны, которое мотивирует предпринимателей к дополнительному найму персонала и росту оплаты труда. Рост реальных доходов населения в этом году будет компенсационным, отбивающим потери 2020 г., а это (-3,5%) по сравнению с 2019 г., или около 2 трлн. рублей выпадающих доходов. Если в текущем году удастся просто компенсировать прошлогодние темпы падения доходов, это будет значительный позитивный маневр и для населения, и для экономики.

Дополнительный рост доходов в текущем году будет обеспечен финансовыми бонусами, которые практически всегда предоставляются отдельным категориям граждан в преддверии крупных федеральных выборов (сентябрь 2021 г.) – это абсолютно традиционное для всех стран мероприятие.

Вместе с тем, необходимо учитывать, что большинство объективно ожидаемых позитивных перестроений могут произойти только при условии благоприятного или даже консервативного дальнейшего маршрута Covid-19 и желательно без прилета «черных лебедей» в виде акцентированного снижения мировых цен на основные торгуемые товары российского экспорта, интенсификации санкционного давления на экономику страны, возникновения даже на уровне риторики геополитических рисков и других отрицательных форс-мажорных обстоятельств внеэкономического характера.

Методологические примечания

В ежеквартальных выборочных обследованиях потребительских ожиданий населения России, проводимых Росстатом с 1998 г., 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.