

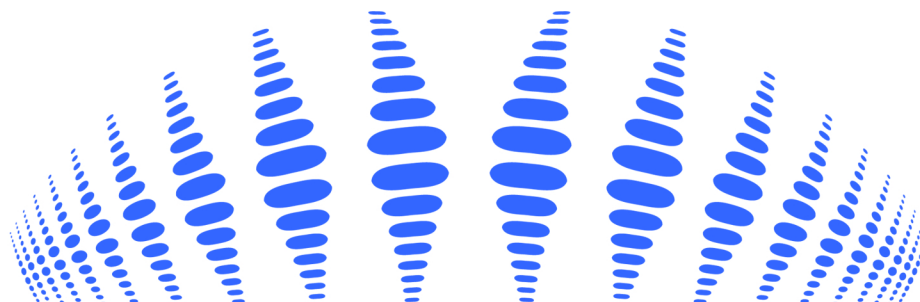


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

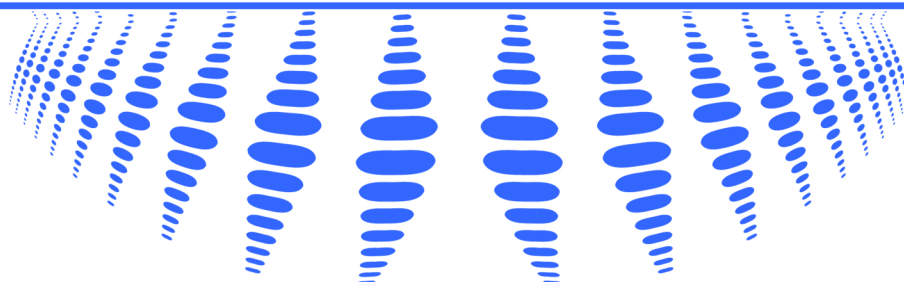


Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В IV КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА



Февраль '22

Москва

Авторы:

Липкинд Т.М., Остапкович Г.В., Китрар Л.А., Усов Н. А.

Потребительские настроения населения в IV квартале 2021 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2022 – 11 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в IV 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», 2022
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 IV 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 IV квартала 2021 года

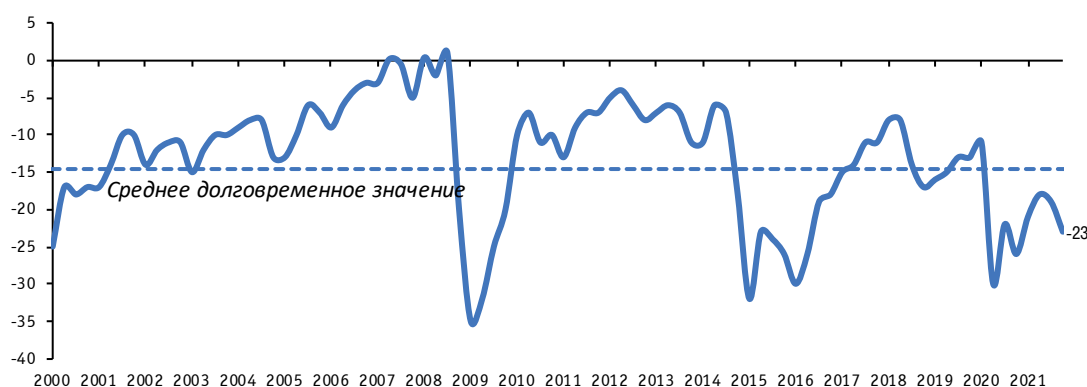
- **Индекс потребительской уверенности (ИПУ)**¹ снизился на 4 процентных пункта (п. п.) относительно предыдущего квартала до значения (-23)%
- Улучшение **личного материального положения за прошедший год** отметили 8% респондентов, а его ухудшение – 39% (кварталом ранее – 9 и 35%)
- Улучшения **личного материального положения в течение следующих 12 месяцев** ожидают 9% респондентов, а ухудшения – 29% (кварталом ранее – 10 и 23%)
- Позитивно оценили **произошедшие за год изменения в экономике России** 7% участников опроса, негативно – 58% (кварталом ранее – 10 и 53%)
- Положительных **изменений в экономике России через год** ожидают 11% опрошенных, отрицательных – 43% (кварталом ранее – 15 и 35%)

Индекс потребительской уверенности и его компоненты

В IV квартале 2021 г. усилилась негативная тенденция в динамике совокупных экономических настроений российского населения. **Итоговый индекс потребительской уверенности (ИПУ)** снизился относительно предыдущего квартала на 4 п. п. до значения (-23%).

Рис. 1. Индекс потребительской уверенности

Балансы, %²



Источник: Росстат.

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.

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.

В снижение ИПУ внесли вклад все его компоненты. Частные индексы фактического и ожидаемого в следующие 12 месяцев изменения личного материального положения респондентов потеряли 3 и 4 п. п. соответственно. Аналогичные индексы, оценивающие изменения в экономике России, уменьшились на 5 и 7 п. п.

При этом совокупные макроэкономические ожидания участников опроса опустились в диапазон наиболее пессимистических значений за весь период наблюдения: частный индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России на краткосрочную перспективу составил (-21%), более низкие значения наблюдались только в I квартале 2009 г. и в IV квартале 2020 г.

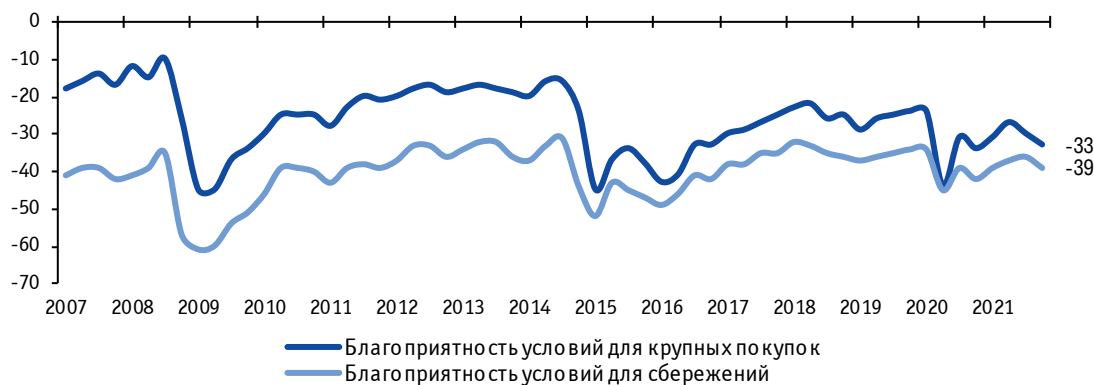
Рис. 2. Частные индексы изменений экономической ситуации в России и личного материального положения респондентов



Источник: Росстат.

Индексы благоприятности условий для крупных покупок и сбережений (последний в состав ИПУ не включается) снизились на 3 п. п. каждый до значений (-33) и (-39%), соответственно.

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

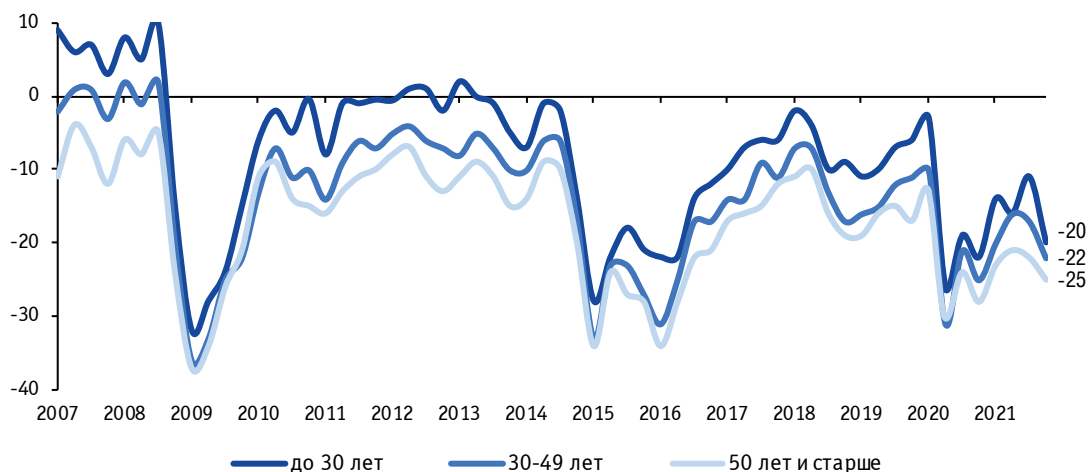


Источник: Росстат.

Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Негативная динамика потребительской уверенности наблюдалась во всех возрастных стратах. Наиболее заметное ухудшение экономических настроений продемонстрировала молодежь – ИПУ в группе населения до 30 лет снизился относительно предыдущего квартала на 9 п. п. до (-20%). В группах респондентов от 30 до 49 лет и от 50 лет и старше индикатор потерял 5 и 3 п. п., соответственно.

Рис. 4. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения
Балансы, %



Источник: Росстат.

Распределение ответов на отдельные вопросы

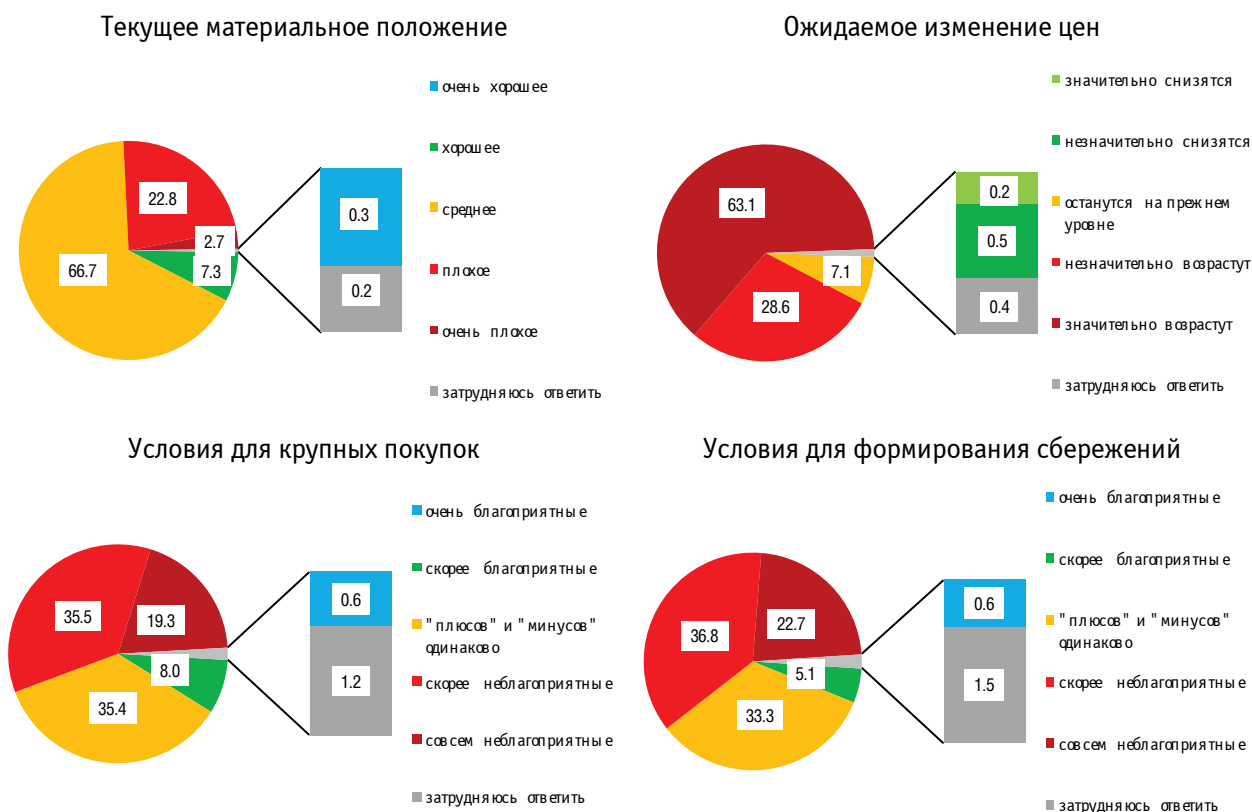
Анализ распределения мнений относительно отдельных аспектов формирования потребительской уверенности показывает, что в конце 2021 г. участники опроса стали чаще давать негативные оценки за счет снижения доли позитивных и нейтральных оценок. В частности, в IV квартале 2021 г. только 7.6% респондентов считали свое материальное положение «хорошим» или «очень хорошим», 66.7% – средним, а 25.5% определяли его как «плохое» или «очень плохое». В предыдущем квартале доля таких мнений составляла 10.1, 68.2 и 21.6%, соответственно.

Сложившиеся в IV квартале 2021 г. условия для крупных покупок 8.6% респондентов оценили как «благоприятные», 35.4% – как нейтральные и 55.8% считали их «неблагоприятными» и «совсем неблагоприятными» (в предыдущем квартале – 10.4, 37.1 и 51.2%, соответственно). Позитивные оценки благоприятности условий для формирования сбережений были получены от 5.7% участников опроса, 33.3% респондентов дали нейтральные и 59.5% – негативные оценки (кварталом ранее – 7.5, 33.9 и 57.2%).

Существенно увеличилось число респондентов, ожидавших повышение потребительских цен в течение следующих 12 месяцев (с 57.8 до 63.1%) за счет снижения доли тех, кто предполагал лишь незначительную инфляцию (с 33.2 до 28.6%) или надеялся на стабильность цен (с 7.5 до 7.1%). Доля респондентов, считавших, что потребительские товары могут подешеветь, по-прежнему находилась в диапазоне статистической погрешности, составляя менее 1% участников опроса.

Рис. 5. Распределение мнений респондентов в IV квартале 2021 г.

Доля от общего числа респондентов, %

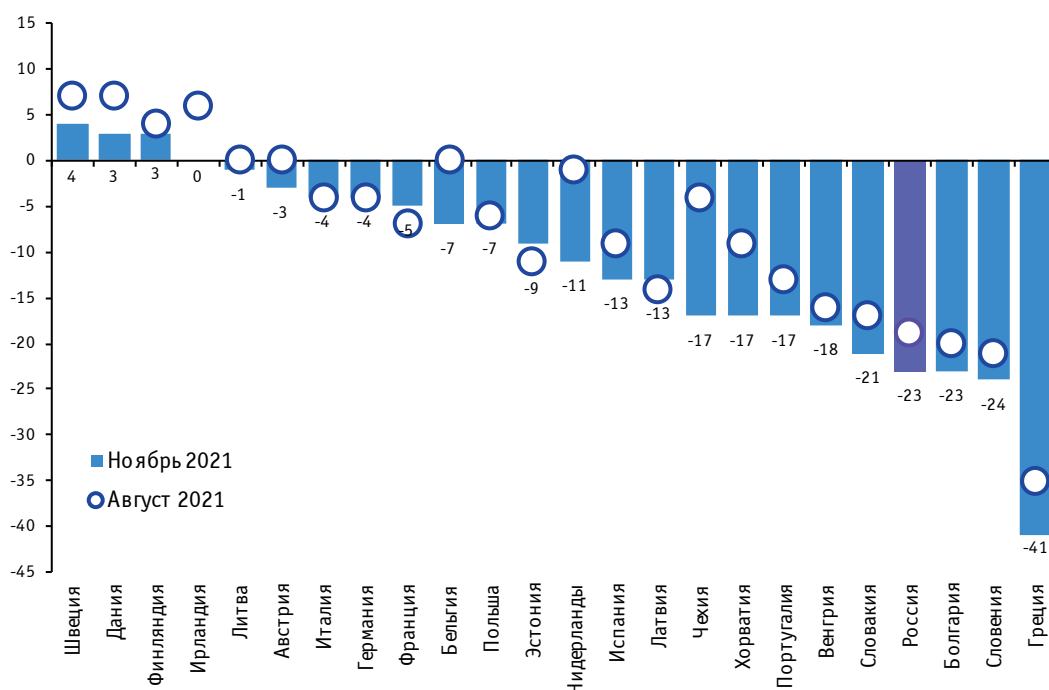


Источник: Росстат.

Позиция России в рейтинге европейских стран

В IV квартале 2021 г. ухудшились экономические настроения населения в большинстве европейских стран. Наиболее существенный спад потребительской уверенности произошел в Чехии и Нидерландах, где ИПУ снизился на 13 и 10 п. п., соответственно. Небольшой рост индикатора на 1-2 п. п. наблюдался во Франции, Эстонии и Латвии. Положительные значения ИПУ, свидетельствующие о преобладании оптимистических настроений, сохранились в странах Северной Европы – Швеции, Дании и Финляндии, жители которых при высоком уровне и качестве жизни могут рассчитывать на существенную социальную поддержку со стороны государства.

Рис. 6. Индексы потребительской уверенности в России и европейских странах
Балансы, %



Примечание: В странах ЕС обследования потребителей проводятся ежемесячно.

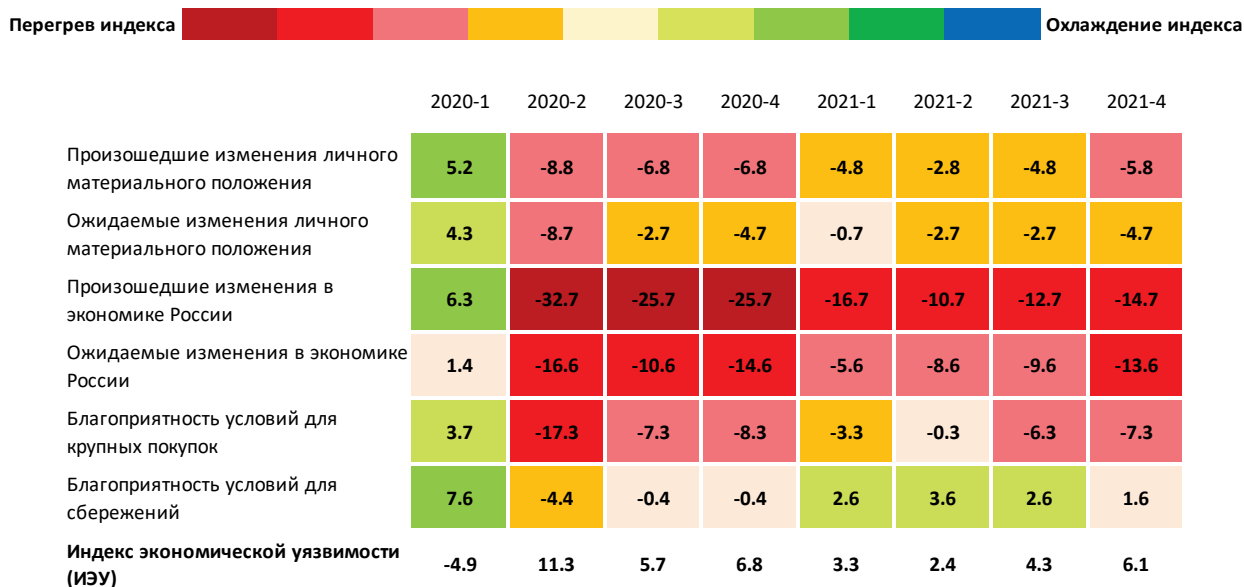
Источники: Росстат, Европейская комиссия.

Индекс экономической уязвимости (ИЭУ) с контрнаправленным профилем и различной степенью симметричности динамики относительно краткосрочного движения ИПУ позволяет оценить масштабы и направленность реагирования населения на конъюнктурные шоки на основе краткосрочных разрывов частных индексов с их долгосрочным средним уровнем.

Рис. 7. Оценка экономической уязвимости потребителей

Тепловая диаграмма

Отклонения первичных индикаторов опросов потребителей от долгосрочных средних уровней (ДСУ) их динамики за 2006-2021 гг. (выше/ниже), п. п.

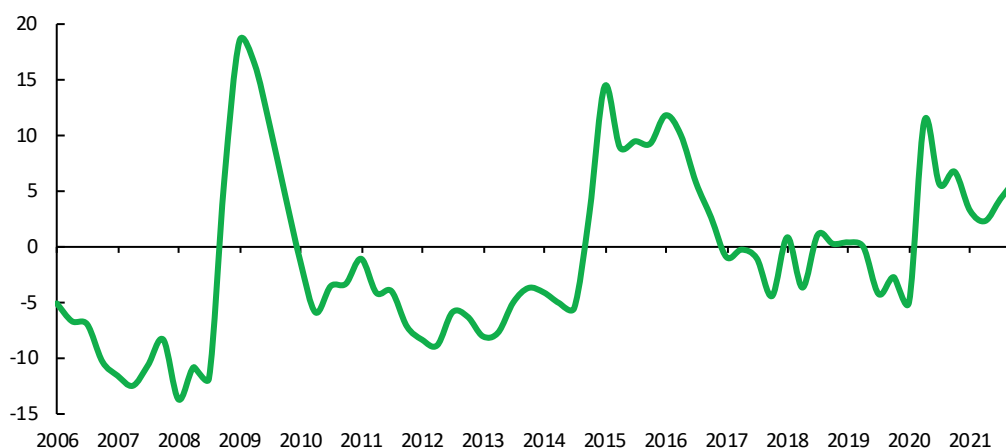


Все отклонения первичных индикаторов от их ДСУ представлены цветными кодами в соответствии со следующими градациями оценок экономической уязвимости:

- ниже ДСУ (от 20 включительно) - "предельно критическая уязвимость" с весом (1), экстремальные отклонения
- ниже ДСУ (от 20 до 10 включительно) - "чрезмерная уязвимость" с весом (3)
- ниже ДСУ (от 10 до 5 включительно) - "высокая уязвимость" с весом (4)
- ниже ДСУ (от 5 до 2 включительно) - "низкая уязвимость" с весом (5)
- ниже ДСУ (от 2 до 0) и выше ДСУ (от 0 до 2 включительно) - "нейтральная (неопределенная) уязвимость" с весом (6)
- выше ДСУ (от 2 до 5 включительно) - "умеренная неуязвимость" с весом (7)
- выше ДСУ от (5 до 10 включительно) - "высокая неуязвимость" с весом (8)
- выше ДСУ (от 10 до 20 включительно) - "существенная неуязвимость" с весом (9)
- выше ДСУ (от 20) - "максимально возможная безопасность" с весом (11), экстремальные отклонения

Источник: Результаты опросов потребителей Росстата, расчеты ЦКИ ИСИЭЗ.

Рис. 8. Динамика индекса экономической уязвимости потребителей, %



Источник: Результаты опросов потребителей Росстата, расчеты ЦКИ ИСИЭЗ.

Выводы и прогнозы

Негативная динамика результирующего индекса потребительских настроений и всех частных индексов, характеризующих материальное положение населения и экономические перестроения в стране, в конце 2021 г. наблюдается на фоне (оценочно) роста ВВП, ускорения экономического роста практически во всех базовых отраслях, а также в условиях акцентированного (3,2–3,4%) роста – впервые за последние восемь лет – реальных располагаемых денежных доходов населения. Подобная **разнонаправленность в динамике этих важнейших экономических показателей** вызывает определенное беспокойство. Данные расхождения, тем более в таких масштабах, выявлялись крайне редко за все время наблюдения (с 1999 г.) и только в периоды повышенной экономической и социальной неопределенности. Скорее всего, на когнитивные ощущения респондентов, участвующих в потребительских опросах, оказывают влияние в том числе **внеэкономические факторы** – абсолютно непредсказуемый маршрут COVID-19 и усилившаяся в последнее время санкционная риторика на фоне обострившейся геополитической ситуации. По-видимому, именно эти два фактора, наряду с менее значимыми, формируют высокий фон неопределенности среди населения и, соответственно, в некоторой степени смещают в отрицательную зону их оценки собственного материального состояния и развития экономики.

Второй неблагоприятной тенденцией, выявляемой в потребительских опросах достаточно продолжительное время, являются далеко не радужные экономические настроения участников данного исследования **в возрастной группе от 30 до 49 лет**. В частности, в IV квартале прошлого года по сравнению с III кварталом сводный индекс потребительской уверенности в этой возрастной группе респондентов упал на 5 п. п. Следует отметить, что с большой долей вероятности именно представителей этой группы населения можно преимущественно отнести к «среднему классу». Именно люди из этой возрастной страты, занятые в экономике, являются самыми производительными и инновационными и вносят наибольший вклад в создание ВВП страны, по крайней мере, в реальном секторе. При этом представители среднего класса зачастую не только помогают старшему и младшему поколениям, но и во многом формируют электоральное поведение всего гражданского общества. Поэтому рост уровня и качества жизни представителей среднего класса априори оказывает позитивное влияние на экономическое и социальное развитие любой страны. Тем более что в настоящее время Россия находится в достаточно глубокой демографической яме, выраженной не просто в сокращении населения, но и в проблеме «эйджинга» (старения населения) и интенсивного сокращения численности самой производительной группы от 25 до 42 лет. Подобный демографический переход, который будет скорее всего сопровождать население и экономику России ближайшие 7–9 лет (если принципиально не увеличится «миграционное сальдо»), почти наверняка замедлит темпы роста ВВП страны. Старение населения всегда связано с дополнительным финансированием здравоохранения и государственных социальных услуг, а также заметно увеличивает бюджетирование пенсионной системы, оттягивая бюджетные вложения от реального сектора, инвестиций в высокие технологии и инновации и др. Кроме того, пожилые люди заметно меняют свое потребительское поведение, как правило, сокращая финансовые затраты не только на дорогостоящие товары длительного пользования, но и на повседневные товары и услуги. Значит, неминуемо сократится потребительский спрос, являющийся одним из основных факторов экономического роста: по данным Росстата, доля расходов на конечное потребление домашних хозяйств составляет примерно 50% в структуре ВВП страны.

В целях минимизации неизбежных потерь в экономике из-за серьезного демографического перехода необходимо осуществить ряд экономических и социальных преобразований – в первую очередь, структурных, институциональных, управленческих, инвестиционных, инновационных и др.

В социальном плане необходимо уже в ближайшее время обеспечить рост реальных доходов всего населения хотя бы до уровня 2013 г. (несмотря на ожидаемый рост реальных располагаемых денежных доходов населения в 2021 г., их уровень к 2013 г. составит примерно (-8%)). При этом необходимо принципиально повысить уровень и качество жизни представителей среднего класса, что в значительной степени мотивирует этих людей к росту производительности труда. Учитывая их производственный и инновационный потенциал, а также повышенную способность к принятию разумных предпринимательских рисков, без которых крайне сложно обеспечить экономическое развитие страны, реализация данной задачи непременно увеличит темпы роста экономики в целом.

Если **прогнозировать дальнейшую динамику сводного индекса в 2022 г.**, то здесь многое будет зависеть от внеэкономических факторов – маршрута COVID-19 и возможных санкционных движений, которые в случае их перехода от риторики к фактическому осуществлению, что практически маловероятно, может оказать негативное влияние, приведя к некоторому ослаблению национальной валюты и, соответственно, сохранению «ползучей» инфляции, а именно эти показатели психологически в первую очередь определяют настроения потребителей.

Если ситуации по двум перечисленным показателям будет благоприятная или даже консервативная, а это наиболее вероятный сценарий, то по итогам 2022 г. можно ожидать роста сводного индекса потребительской уверенности примерно на 4-6 п. п. При этом следует учитывать, что оценивая текущее и ожидаемое состояние экономики страны участники потребительских опросов вряд ли анализируют тремя существующими методами структуру российского ВВП, задумываются о состоянии счета текущих операций в платежном балансе страны или размышляют о постатейной структуре оттока капитала. Скорее всего, главным критерием для людей являются их доход и занятость, а также уровень бедности, дифференциация доходов среди населения и динамика цен (инфляция). Поэтому поведение сводного индекса в большей степени будет зависеть в 2022 г. от изменений именно этих показателей.

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.

Композитный Индекс экономической уязвимости (ИЭУ) рассчитывается на основе средневзвешенных градуированных величин, соответствующих в каждый момент времени разрывам тенденций частных индексов от их долгосрочных средних уровней и критериям условного форматирования в установленном диапазоне значений. Тем самым оценивается степень воздействия конъюнктурных импульсов на краткосрочные изменения потребительской уверенности через когнитивное восприятие и ответную реакцию респондентов.