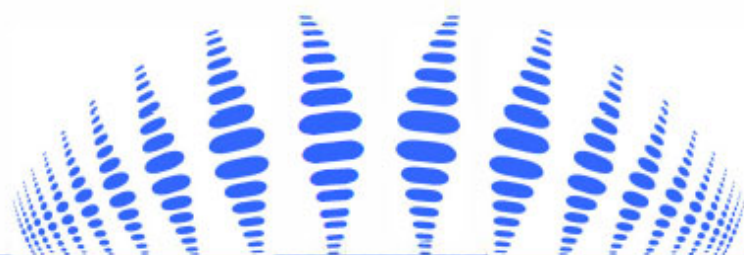


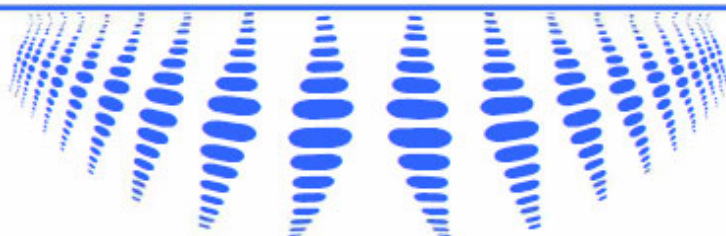


Институт статистических
исследований
и экономики знаний

Центр
конъюнктурных
исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В I КВАРТАЛЕ 2023 ГОДА



Апрель 23

Москва

Авторы:

Остапкович Г.В., Лола И.С.

Потребительские настроения населения в I квартале 2023 года –

М.: НИУ ВШЭ, 2023 – 9 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в I квартале 2023 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.

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», 2023
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 2023 г. Обзор основан на результатах ежеквартального опроса потребителей (домашних хозяйств). Опрос проводился Федеральной службой государственной статистики во всех субъектах РФ, в нем приняли участие 5.1 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше.

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 2023 года

- **Индекс потребительской уверенности (ИПУ)¹** повысился относительно предыдущего квартала на 5 процентных пунктов (п. п.) до значения (-18%)
- **Индекс произошедших изменений личного материального положения** в I квартале т.г. по сравнению с IV кварталом 2022 г. вырос на 1 п.п. и составил (-13%)
- **Индекс ожидаемых изменений своего материального положения** в течение следующих 12-ти месяцев увеличился на 4 п.п., составил (-6%)
- **Индекс произошедших изменений в экономике России** в I квартале т.г. вырос на 8 п.п. до значения (-29%)
- **Индекс ожидаемых изменений в экономике России в краткосрочной перспективе** вырос по сравнению с прогнозами в IV квартале на 7 п.п., составил (-13%)
- **Индекс благоприятности условий для крупных покупок** возрос на 5 п.п. до (-27%)
- ❖ ***Впервые за последние три года по итогам I квартала 2023 г. Россия вошла в первую половину рейтинга по уровню потребительских настроений среди европейских стран²***

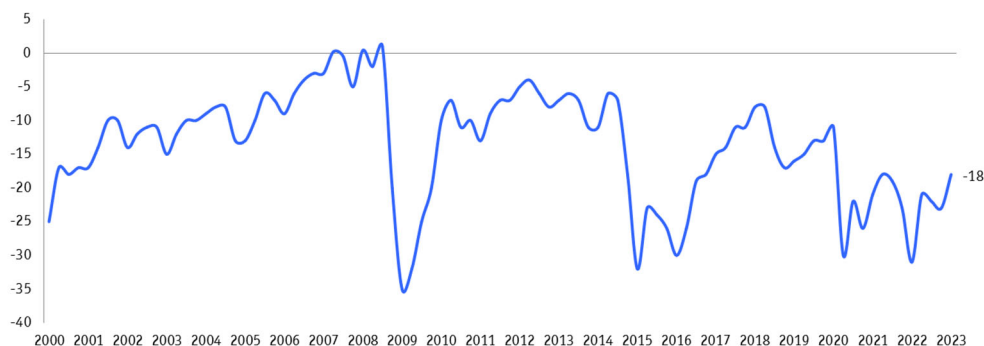
¹ Индекс потребительской уверенности рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок.

² В сопоставительном анализе участвуют 25 стран, в которых потребительские опросы проводятся по единой с российской методологии.

Индекс потребительской уверенности и его компоненты

Итоговый индекс потребительской уверенности (ИПУ) в I квартале 2023 г. вырос по сравнению с IV кварталом 2022 г. на 5 п.п. до значения (-18%).

Рис. 1. Индекс потребительской уверенности
Балансы³, %

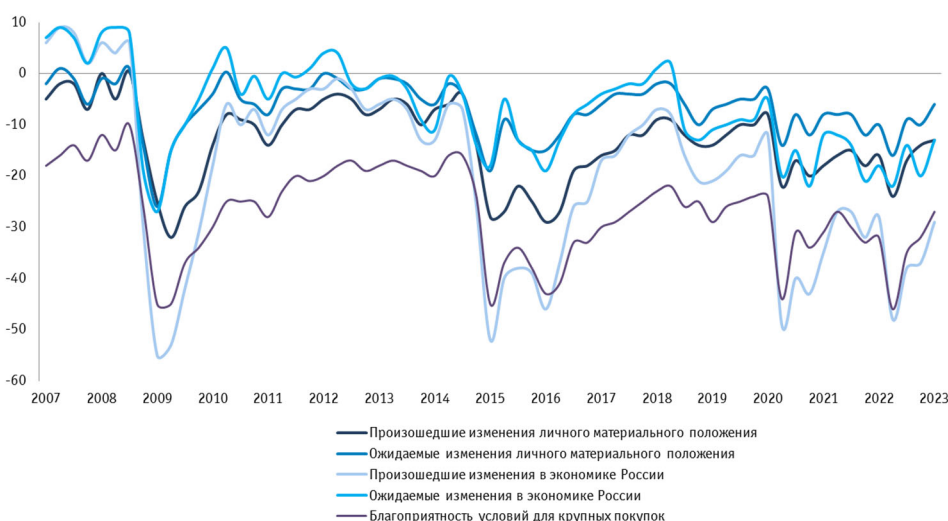


Источник: Росстат.

Вклад в общий рост ИПУ внесли все пять частных индексов, являющихся его составляющими, динамика которых положительно скорректировалась. При этом наибольшую интенсивность установленных тенденций показали индексы, характеризующие оценки произошедших и ожидаемых изменений в экономике России.

Более слабая позитивная динамика была отмечена в оценках респондентов относительно текущей и ожидаемой ситуации с личным материальным положением, а также условий для крупных покупок.

Рис. 2. Компоненты ИПУ— частные индексы
изменения экономической ситуации в России, личного материального положения,
а также благоприятности условий для крупных покупок
Балансы, %

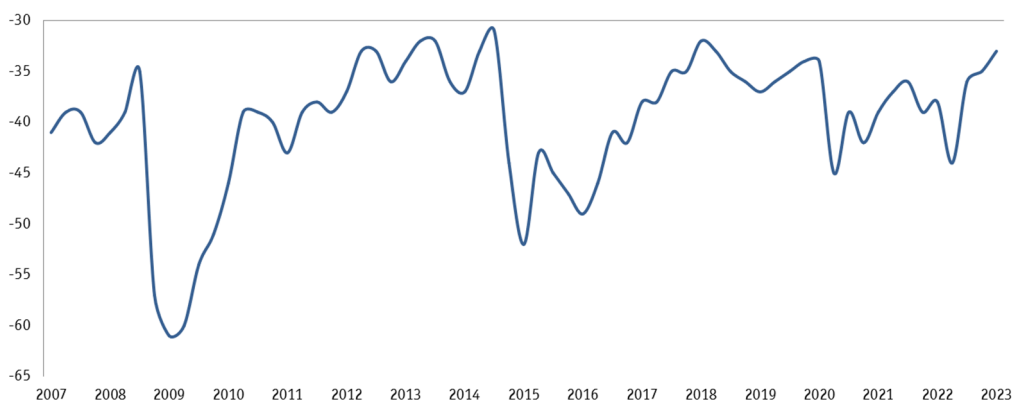


Источник: Росстат.

³ Балансы оценок показателей (в процентах) определяются разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

Аналогичная тенденция прослеживалась в траектории индекса благоприятности условий для формирования сбережений.

Рис. 3. Частный индекс благоприятности условий для формирования сбережений
Балансы, %



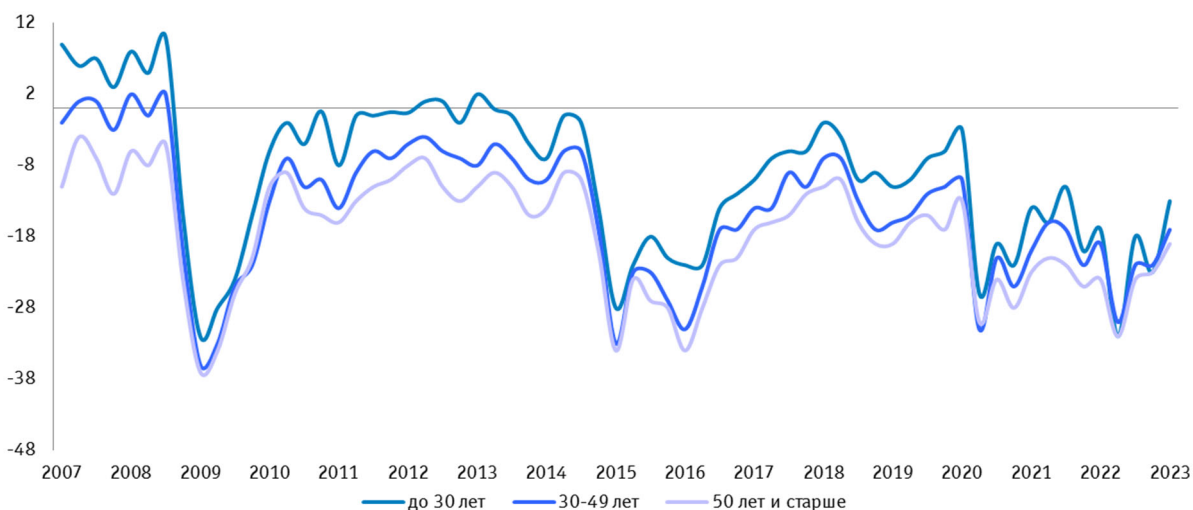
Источник: Росстат.

Потребительская уверенность в различных возрастных категориях

В I квартале т.г. все три анализируемые группы респондентов, принимающих участие в ежеквартальных опросах Росстата о потребительских настроениях населения, солидарно продемонстрировали рост Индекса потребительской уверенности.

Наиболее позитивная динамика была характерна для молодежи в возрасте 16-29 лет, где общий ИПУ по сравнению с IV кварталом прошлого года улучшился сразу на 10 п.п., поднявшись до значения (-13%). Одновременно позитивная тенденция в динамике ИПУ наблюдалась как в средней, так и в старшей возрастных группах респондентов, однако темпы улучшения показателя были заметно хуже, чем в младшей возрастной группе. Итоговые значения ИПУ для средней (30-49 лет) и старшей (50 лет и больше) возрастных групп в I квартале т. г. составили (-17%) и (-19%) соответственно.

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



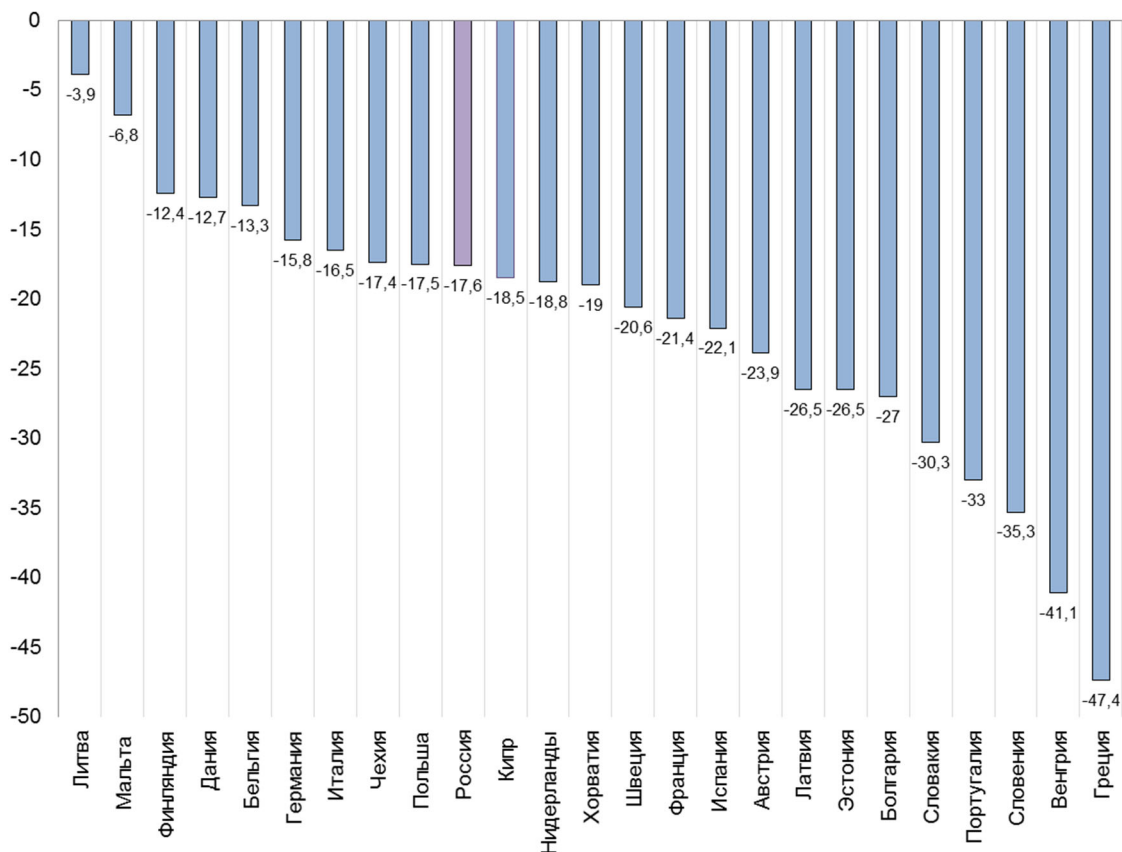
Источник: Росстат.

Позиция России в рейтинге европейских стран

За последний год существенно ухудшились потребительские настроения практически во всех странах ЕС. Самый значительный спад наблюдался в Венгрии, Швеции и Португалии, где ИПУ в феврале 2023 г. относительно февраля 2022 г. снизился на 30, 20 и 19 п.п. соответственно.

Следует обратить внимание, что в рейтинге 25 стран Россия, примерно за последние 3 года (2019 - I полугодие 2022 г.) постоянно входила в пятерку стран-аутсайдеров по значению ИПУ. Однако в I квартале т.г. Россия переместилась на десятое место, войдя в первую половину рейтинга.

Рис. 5. Индексы потребительской уверенности в России и странах ЕС
Балансы, %



Источники: Росстат, Европейская комиссия.

В целом, результаты потребительского опроса населения в I квартале т. г. позволяют выделить некоторые особенности по сравнению с динамикой предыдущих опросов, начиная с 1999 г.

Во-первых, улучшение позиций Индекса потребительской уверенности за один квартал сразу на 5 п.п. можно интерпретировать как ускоренную позитивную динамику. В предыдущие периоды при достаточно стабильной экономической и потребительской конъюнктуре поквартальные перестроения ИПУ, как правило, проходили в интервале прироста 2-4 п.п. Во-вторых, рост общего ИПУ в I квартале т. г. по сравнению с IV кварталом прошлого года наблюдался не только по всем частным индексам, являющихся компонентами ИПУ, но и по всем трем возрастным группам респондентов. Подобное позитивное явление не так часто встречалось в ретроспективе.

Вместе с тем, несмотря на рост ИПУ на 5 п.п., его итоговое значение в I квартале т. г. — (-18%), исходя из методологии оценки индекса, нельзя считать особо успешным. Конечно, полученное значение несравненно лучше, чем в период российского дефолта 1998 года (I квартал

1999 г. – (-51%)), во время мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг. (I квартал 2009 г. – (-35%)) или в эпицентре пандемической атаки (II квартал 2020 г. – (-30%)). Однако ИПУ отчетного квартала заметно уступает «тучным» временам для экономики и потребителей — периоду 2004 – I половины 2008 г., когда единственный раз за все время наблюдений в начале 2008 г. данный показатель вышел в положительную зону (+1%).

Также вызывает некоторую настороженность тот факт, что основной вклад в рост общего ИПУ дали два компонента из пяти – произошедшие и ожидаемые изменения в экономике страны. Прирост значения этих частных индексов в отчетном квартале составил 8 и 7 п.п. соответственно. Одновременно позитивный прирост оценок по частным индексам – произошедшим и ожидаемым изменениям личного материального положения составил лишь 1 и 4 п.п. соответственно. С уверенностью можно предположить, что оценки респондентов о личном материальном положении более точные, чем их мнения о состоянии экономики, т. к. они базируются на фактических данных. Вряд ли большинство участников опросов при ответе на вопросы о текущем и ожидаемом состоянии экономики строят свои мнения исходя из личного анализа макро- и микроэкономических данных Росстата, ЦБ РФ, Минфина РФ или ФТС.

Наибольший положительный вклад в рост ИПУ среди трех наблюдаемых возрастных групп внесла молодежь в возрасте 16-29 лет, в которой прирост ИПУ для данной группы в I квартале т. г. составил 10 п.п., а итоговое значение вышло на отметку (-13%). Подобная позитивная поквартальная корреляция ИПУ среди молодежи встречается крайне редко. Объяснить потребительский энтузиазм молодежи в сегодняшних условиях достаточно сложно. Однако это очевидный позитивный момент, выявленный опросом, который, скорее всего базируется на психологических положительных ожиданиях молодежи. В то же время, возрастную группу (16-29 лет), кроме одного-двух верхних квинтилей, вряд ли можно отнести к активным потребителям товаров и услуг. При этом один-два нижних квинтиля из этой группы наверняка находятся под финансово-материальным патронатом средней и старшей возрастных групп.

К сожалению, молодежного потребительского энтузиазма не выявлено среди людей среднего и старшего возраста (30-49 лет, более 50 лет), хотя и в этих группах наблюдался некоторый прирост ИПУ на 5 и 4 п.п. соответственно.

Следует обратить внимание, что именно средневозрастная группа населения (30-49 лет) является самым активным потребителем товаров и услуг в экономике, а также получателем потребительских и ипотечных кредитов. Эта группа людей, которую оценочно преимущественно можно отнести к среднему классу гражданского общества, в наибольшей степени оказывает финансовую помощь младшему и старшему поколениям, предоставляя им возможность соответствовать жизненным стандартам.

Итоги последних 4-5 потребительских опросов населения выявили практически пилообразную динамику значений ИПУ, когда потребительские настроения населения России изменяются каждый квартал, чередуя улучшение и ухудшение. Это довольно редкое поквартальное перестроение на коротком временном интервале. Как показывает ретроспективный анализ, до точек перелома ИПУ ранее двигался в одном направлении несколько кварталов. Если потребительские настроения респондентов принципиально меняются каждый квартал, значит участники опросов (население) находятся в состоянии некоторой неопределенности, особенно относительно текущих и ожидаемых доходов и своей занятости.

Данный тезис косвенно подтверждается сохраняющейся у населения сберегательной модели поведения вместо потребительской, которая была еще полгода назад. Для сберегательной модели характерен перенос населением покупок дорогостоящих непродовольственных товаров длительного пользования в отложенный спрос и более активное создания финансовой подушки безопасности в виде сбережений на случай прилета «черных лебедей». Подобная смена потребительской модели поведения подтверждается и статистическими данными. Так, по последним данным Росстата, оборот розничной торговли в январе-феврале т. г. по сравнению с соответствующим периодом прошлого года сократился на 7,2%. При этом продовольственная розница сократилась за этот период лишь на 2,2%, а непродовольственный сегмент рухнул на 11,4%. И все эти

перестроения происходят на фоне относительно стабильных реальных располагаемых денежных доходов населения и снижающейся по сравнению с прошлым годом инфляцией. Значит доходы людей более интенсивно, чем в прошлом году, перемещаются из потребления в сбережения и в остаток денег на руках.

По данным ЦБ РФ сумма сбережений населения по вкладам и в наличных деньгах в январе 2023 г. составила 56,6 трлн. руб. (это почти два годовых государственных бюджета находятся в сбережениях населения). Причем 40,9 трлн. руб. люди держат в сбережениях в банках и 15,7 трлн. руб. в форме наличных денег на руках. Выявленная в январе т. г. сумма сбережений населения во вкладах и остаток денег на руках является самой крупной за все годы. Например, в январе прошлого года вклады граждан и их наличность составили 52,2 трлн. руб., что на 4,4 трлн. руб. меньше, чем в январе т. г. при этом реальные располагаемые денежные доходы населения сократились в 2022 г. по сравнению с 2021 г. лишь на 1%. Это чуть больше 600 млрд. руб. выпадающих доходов, а сбережения значительно выросли.

Указанное движение доходов и расходов населения России и динамика розничного товарооборота свидетельствует, что люди стали меньше потреблять и больше сберегать. Подобный маневр в потребительском поведении населения имеет неоднозначные последствия для экономики. С одной стороны, расходы на конечное потребление домашних хозяйств в структуре ВВП страны по первой оценке Росстата в 2022 г. составляли 46,9%. Если потребительские расходы населения начинают сокращаться, то производители товаров и услуг вынуждены снижать объемы производства, подстраиваясь под уменьшившийся платежный спрос. Сокращение производства приводит к снижению общей прибыли, что, в свою очередь, вынуждает предпринимателей минимизировать издержки, уменьшать численность занятых и фонд оплаты труда. Итог – снижение ВВП страны, сокращение налоговых поступлений в бюджеты различных уровней, снижение доходов населения, повышенная турбулентность на рынке труда и др. Правда, сжатие спроса на потребительские товары и услуги вынуждает производителей этих товаров и саму розничную торговлю снижать цены на них, уменьшая инфляционное давление на население. Однако пересмотр цен за счет снижения платежеспособности, а не за счет, например, роста конкуренции на рынке или снижения монополизма производителей – далеко не лучший экономический механизм.

С другой стороны, если растут сбережения населения, значит, банки имеют больше возможности выдавать кредиты для экономических агентов и населению. Ведь банковские кредиты не «с неба падают», а банки их формируют из депозитов. В сегодняшних условиях трансформации экономики и переходу к импортозамещению западной продукции, особенно высокотехнологичной, роль длинных инвестиционных кредитов для производства становится определяющей.

Текущие макро- и микроэкономические пропорции в экономике России, включая динамику ВВП, промышленное производство, оборот розничной и оптовой торговли, рынок труда, инвестиции, инфляцию, а также деловую активность производителей и потребителей, не смотря на некоторые проблемы, не дают основания говорить о затяжном спаде производства и ухудшении уровня жизни населения.

Более того, динамика индекса потребительской уверенности, выявленная в I квартале т. г. свидетельствует, что, по мнению респондентов, представляющих российские домашние хозяйства, экономика в целом справилась с возникшими проблемами (особенно на фоне неутешительных прогнозов, которые давались о развитии экономики в 2022 г. еще в марте прошлого года). Уровень и качество жизни населения России фундаментально не изменился. Отсюда весьма логичными представляются выявленные опросом относительно оптимистичные прогнозы респондентов как своего материального состояния, так и развития экономики страны в ближайшие 12 месяцев. Вместе с тем, необходимо отдавать себе отчет, что итоговое значение ИПУ в I квартале т. г. (-18%) - это далеко не лучший показатель. Однако если позитивная коррекция I квартала т. г. по сравнению с IV кварталом прошлого года перейдет в устойчивую тенденцию, то примерно через три-четыре квартала мы можем рассчитывать на приближение ИПУ к нейтральному значе-

нию (0%), а затем, возможно, на начало экономического роста с переходом в дальнейшем к устойчивому развитию, включающему в себя более интенсивное улучшение уровня и качества жизни населения России.

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.