

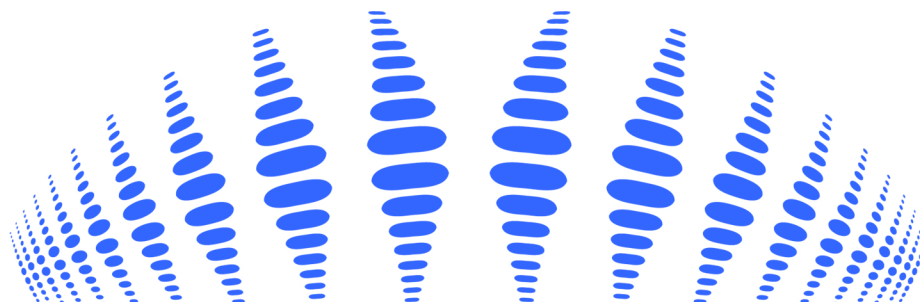


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

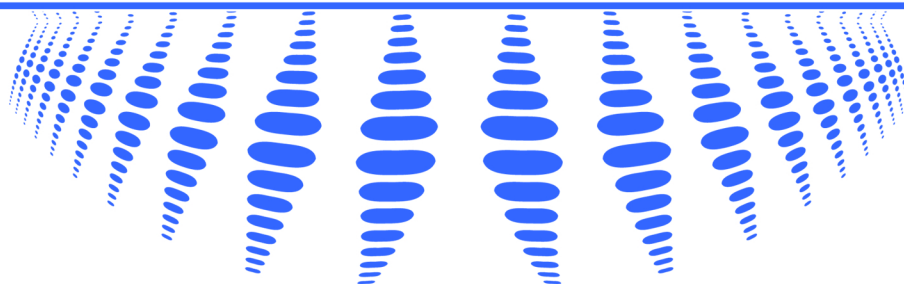


Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В IV КВАРТАЛЕ 2020 ГОДА



Февраль '21

Москва

Авторы:

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

Потребительские настроения населения в IV квартале 2020 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 10 с.

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

- **Индекс потребительской уверенности (ИПУ)**¹ снизился на 4 процентных пункта (п. п.) относительно предыдущего квартала до значения (-26)%
- Улучшение **личного материального положения по сравнению с III кварталом** отметили 8% респондентов, а его ухудшение – 43% (кварталом ранее – 8 и 48%)
- Улучшения **личного материального положения в течение следующих 12 месяцев** ожидают 8% респондентов, а ухудшения – 28% (кварталом ранее – 10 и 23%)
- Позитивно оценили **произошедшие за квартал изменения в экономике России** 4% участников опроса, негативно – 72% (кварталом ранее – 6 и 68%)
- Положительных **изменений в экономике России через год** ожидают 11% опрошенных, отрицательных – 44% (кварталом ранее – 15 и 36%)

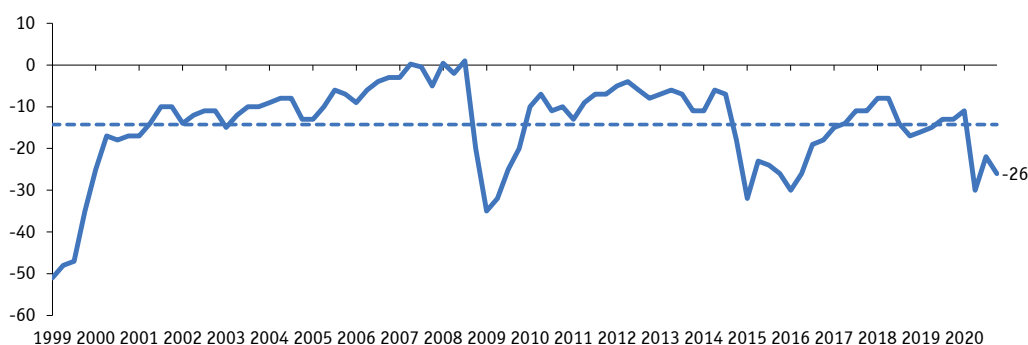
Индекс потребительской уверенности и его компоненты

Согласно результатам проведенного Росстатом выборочного обследования домашних хозяйств, совокупные настроения потребителей в IV квартале 2020 г. вновь ухудшились. Интегральный **индекс потребительской уверенности (ИПУ)** снизился относительно предыдущего квартала на 4 п. п. до отметки (-26%). Траектория индикатора в прошедшем году обуславливалась, главным образом, не экономическими, а пандемическими факторами, включая две волны распространения коронавируса по территории страны, ответные государственные меры по сдерживанию пандемии и финансовой поддержке населения. После резкого падения во II квартале 2020 г. (с -11 до -30%) ИПУ частично восстановился в III квартале до (-22%), но затем в ответ на ужесточение карантинных ограничений и усиление санитарной и экономической неопределенности в конце года опять продемонстрировал негативную динамику.

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 (с 1999 г.)

Источник: Росстат.

Практически синхронную негативную динамику продемонстрировали все **компоненты ИПУ**. Частные индексы фактических и ожидаемых изменений в личном материальном положении респондентов, а также фактических изменений в экономике России снизились на 3-4 п. п. относительно значений предыдущего квартала. Более заметно усилился пессимизм респондентов относительно возможных перемен макроэкономической ситуации в следующие двенадцать месяцев – соответствующий частный индекс потерял 7 п. п. и составил (-22%), что является одним из худших значений за все время проведения обследований. Лишь в эпицентре финансово-экономического кризиса 2008-09 гг. этот индекс опускался ниже, до отметки (-27%).

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

Балансы, %

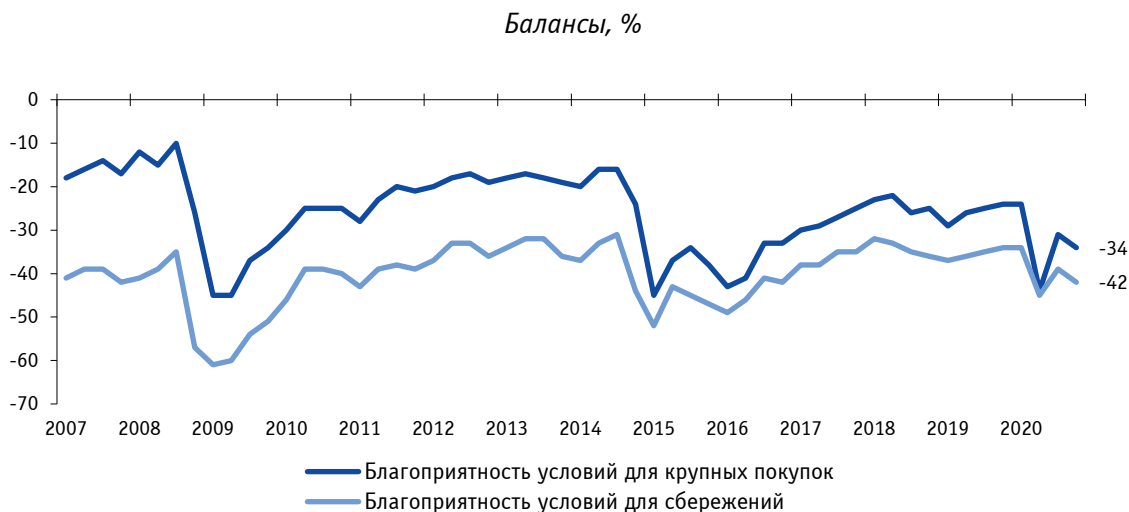


Источник: Росстат.

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.

Частный индекс благоприятности условий для крупных покупок (пятый компонент ИПУ) и индекс благоприятности условий для сбережений (в состав ИПУ не включается) снизились относительно предыдущего квартала на 3 п. п. каждый до значений (-34) и (-42%) соответственно.

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

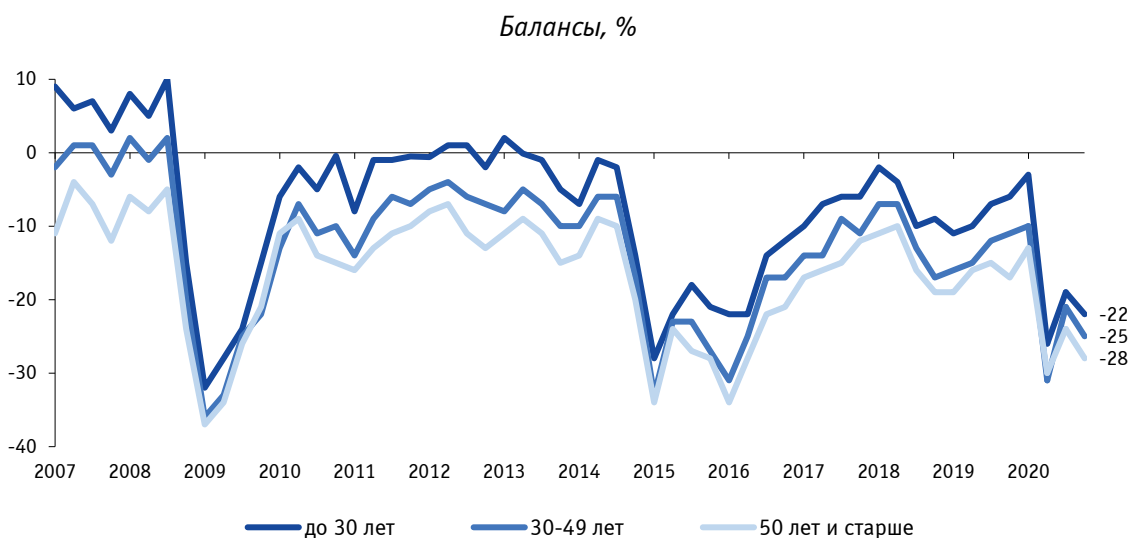


Источник: Росстат.

Индекс потребительской уверенности по различным возрастным категориям

Так же синхронно снизилась потребительская уверенность во всех возрастных группах населения. В группе молодежи до 30 лет ИПУ упал относительно предыдущего квартала на 3 п. п. до (-22%), а группах от 30 до 49 лет и от 50 лет и старше – на 4 п. п., до (-25) и (-28%) соответственно. Сложившееся в IV квартале 2020 г. распределение значений индикатора идеально отражает традиционную прямую зависимость совокупных потребительских настроений от возраста респондентов.

Рис. 4. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения



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 IV квартале 2020 г.

Доля от общего числа респондентов, %



Источник: Росстат.

В IV квартале участники опроса реже, чем в предыдущем квартале, позитивно или нейтрально оценивали свое материальное положение, сложившиеся условия для крупных покупок и формирования сбережений; пропорционально возросла доля негативных оценок этих показателей. В результате менее 8% респондентов считали свое материальное положение «хорошим» или «очень хорошим», в то время как каждый четвертый определял его как «плохое» или «очень плохое». Позитивных мнений относительно условий для совершения крупных покупок и сбережения средств придерживались только 9 и 6% участников опроса, а негативных – 56 и 63%, соответственно.

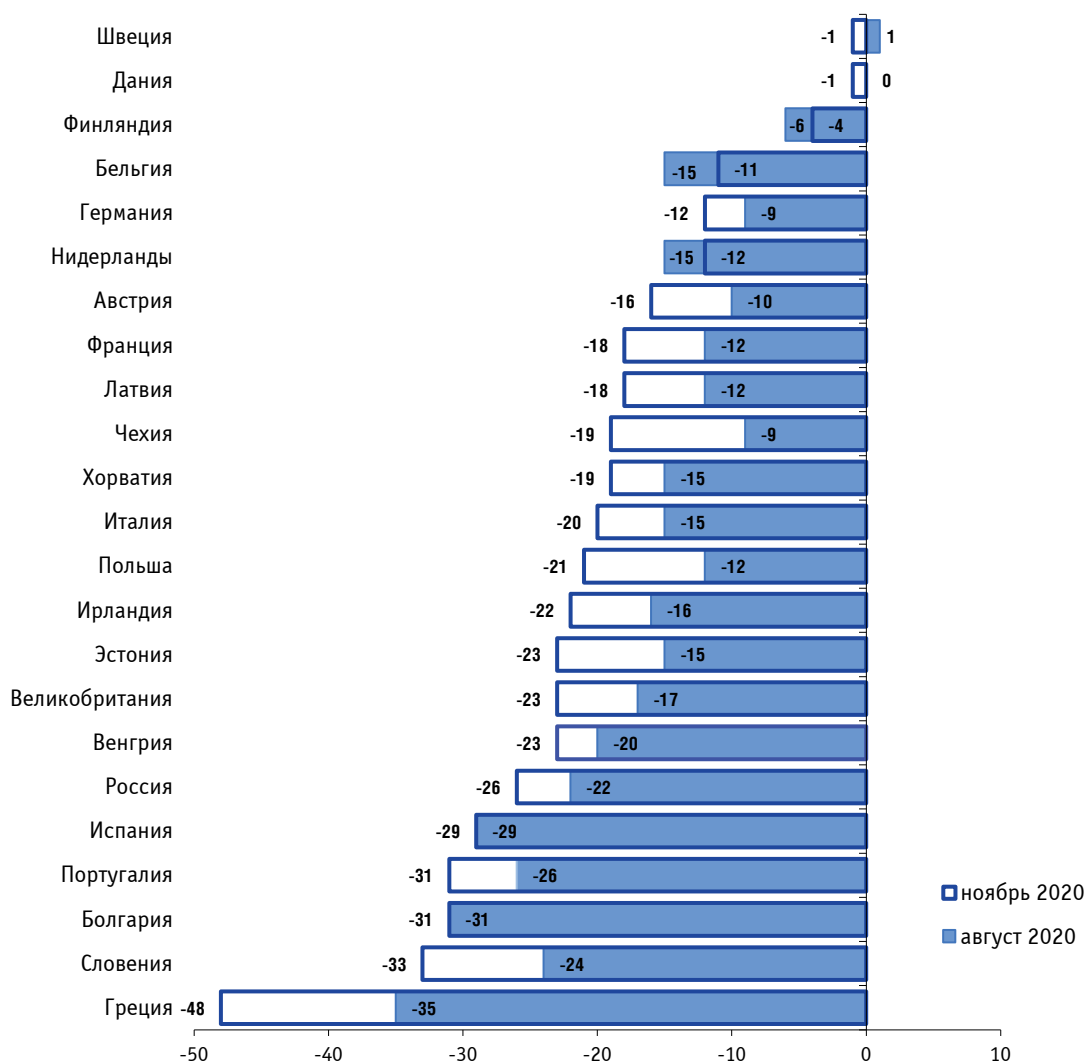
Распределение мнений относительно предполагаемого в течение следующих двенадцати месяцев изменения цен сместилось в сторону роста инфляции. Заметно (с 48,5 до 57%) выросла доля респондентов, ожидавших значительного роста цен, за счет снижения доли тех, кто рассчитывал лишь на небольшое подорожание (с 43 до 36%). При этом лишь около 6% участников опроса надеялись на стабильность цен, и 0,5% – на их снижение.

Позиция России в рейтинге европейских стран

Потребительские настроения ухудшились в IV квартале не только в России, но и в большинстве **европейских стран**, а позитивная динамика относительно предыдущего квартала наблюдалась лишь в Швеции, Финляндии, Бельгии и Нидерландах. При этом во всех странах пессимистов было больше, чем оптимистов: значения ИПУ располагались в отрицательной зоне, от -1% в Дании и Швеции, до -48% в Греции.

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

Балансы, %



Примечание: В странах ЕС обследования потребителей проводятся ежемесячно.

Источники: Росстат, Европейская комиссия.

Выводы

Итоги ежеквартальных опросов потребителей в 2020 г. четко отразили реакцию российского населения на коронавирусные шоки, их экономические и социальные последствия на разных этапах экспансии COVID-19.

Внезапная пандемическая атака и радикальные карантинные меры, предпринятые весной 2020 г., включая массовые локдауны предприятий и целых отраслей, оставили многих людей без основного источника доходов и стали детерминантами глубокого и беспрецедентного по своей стремительности падения совокупных настроений потребителей во II квартале. Результирующий индекс потребительской уверенности (ИПУ) обрушился одновременно на 19 п. п. – это рекорд за все время проведения подобных обследований (с 1999 г.).

Ослабление карантинных ограничений и частичное восстановление деловой активности в III квартале 2020 г., а также своевременные государственные меры поддержки населения и бизнеса незамедлительно сказались на потребительских настроениях. Результаты обследования за III квартал (в частности, рост ИПУ на 8 п. п.) давали основания предполагать, что дно коронакризиса миновало, а население страны адаптировалось к «новой реальности» и «новой сдержанности».

Второй виток пандемической атаки и ужесточение ограничений в конце года вызвали ожидаемую реакцию в виде ухудшения потребительских настроений и ожиданий. Вместе с тем, снижение ИПУ в IV квартале было не столь сильным по сравнению с весенним коллапсом, а траектория индикатора в 2020 г. в целом свидетельствует о возможном W-образном выходе из кризиса – конечно, при отсутствии новых пандемических шоков и прилета «черных лебедей» в виде понижательного ценового ралли на основные торгуемые товары российского экспорта и резкого усиления санкционного давления на экономику страны.

Динамика потребительских настроений в прошедшем году – как в России, так и во всех остальных странах – определялась не только объективными (экономическими и пандемическими) причинами, но и в значительной степени психологическим фактором. Ведь в основе ИПУ лежит не беспристрастная бухгалтерская или статистическая отчетность, а субъективные мнения людей об их материальном положении и экономической ситуации в стране.

Участники опроса, проводившегося в мае 2020 г., в эпицентре коронавирусной атаки и «великой самоизоляции», давали свои оценки под психологическим прессингом высочайшей санитарной и экономической неопределенности. Практически, они относились к происходящему, как к катастрофе с неясными последствиями. Обследование за III квартал проводилось в августе, когда не только открывались предприятия после локдаунов и восстанавливалась экономическая активность, но и субъективно ощущалась близость полной победы над COVID-19. В IV квартале, однако, стала очевидна неизбежность второй волны пандемии, перспективы выхода из кризисной ситуации отдалились, а люди вновь стали опасаться реализации пессимистичных сценариев. Об этом, в частности, свидетельствует самое заметное падение индекса ожидаемых изменений экономической ситуации в России. Надо отметить, что данный индекс является наиболее субъективным, эмоционально окрашенным и зависящим от преобладающего информационного фона компонентом ИПУ. Тем не менее, тот факт, что его значение в IV квартале 2020 г. стало одним из худших за двадцать два года проведения опросов, можно отнести к негативным итогам последнего раунда обследования.

Как показывает ретроспективный анализ результатов потребительских опросов населения, самые взвешенные и непредвзятые оценки своего финансового положения и состояния экономики страны дают респонденты из средневозрастной группы (от 30 до 49 лет). В настроениях людей старше 50 и младше 30 лет преобладает эмоциональная составляющая, которая смещает результаты в сторону излишнего пессимизма (в группе старшего возраста) или, наоборот, оптимизма (в группе молодежи).

Поэтому одним из наиболее настораживающих результатов обследования во II квартале 2020 г. стало резкое ухудшение настроений респондентов от 30 до 49 лет – представителей самой экономически активной группы населения. Эти люди сильнее других пострадали от коронакризиса, часть из них полностью или частично потеряла источники доходов. В то же время, именно эту группу населения оценочно можно в большей степени отнести к среднему классу, который принято считать основой гражданского общества. Эта страта людей своим трудом, знаниями и компетенциями вносит главный вклад в создание ВВП страны, именно они наиболее инновационны и заметно производительнее людей из других возрастных групп, по крайней мере, занятые в реальном секторе экономики, создающем наибольшую долю добавленной стоимости в структуре ВВП, причем эти люди более склонны к предпринимательским рискам, без которых невозможен экономический рост. Они же оказывают финансовую и социальную помощь младшему и старшему поколениям своих семей, пытаясь обеспечить им достойный уровень и качество жизни.

Исходя из той же логики, самым позитивным моментом в итогах опроса за III квартал стал значительный рост ИПУ в группе респондентов среднего возраста. В IV квартале настроения во всех возрастных стратах изменились синхронно, свидетельствуя о том, что «средний класс» перестал быть главной мишенью коронакризисных шоков.

На наш взгляд, необходимо обратить внимание на некоторую разбалансированность результатов потребительских опросов населения, выявленных в конце прошлого года, и официальных статистических итогов Росстата о социально-экономическом положении России в IV квартале 2020 г.

Как следует из ретроспективного анализа поквартальных итогов потребительских опросов, их результаты практически по всем компонентам всегда показывают позитивную динамику, когда количественная статистика Росстата за этот же период свидетельствует о росте или замедлении спада реальных располагаемых денежных доходов населения и улучшении состояния экономики в целом. Однако в IV квартале 2020 г. ухудшились значения не только самого ИПУ, но и всех его составляющих. Напомним, что динамика ИПУ зависит в первую очередь от субъективных оценок респондентами текущего и ожидаемого состояния своего материального благополучия и развития экономики страны. Между тем, в IV квартале прошлого года на фоне падения ИПУ экономическая статистика Росстата показывала хорошие результаты по сравнению с III кварталом. Так, реальные располагаемые денежные доходы населения выросли на 21,6%. Вместе с тем, несмотря на впечатляющий поквартальный рост, в годовом интервале данный показатель упал на 3,5% – за последние 20 лет более серьезное снижение доходов Росстат зафиксировал лишь в 2016 г. (-4,5%). В абсолютном выражении прошлогоднее сокращение составляет примерно 2 трлн. рублей выпадающих доходов населения, а это почти полтора среднемесячных объема товарооборота всей розничной торговли продовольственными товарами. Конечно, такое падение реальных доходов вызвало заметное снижение потребительской активности домашних хозяйств. Даже относительно масштабный рост социальных выплат со стороны государства, особенно низкодоходному населению и семьям с детьми, а также рост потребительского кредитования не смогли компенсировать снижение потребительского спроса хотя бы до уровня, близкого к 2019 г.

Позитивную динамику в IV квартале по сравнению с III кварталом показали все базовые отрасли экономики, создающие подавляющую долю добавленной стоимости в структуре ВВП страны. Промышленное производство за этот период возросло на 8,4%. Строительство прибавило в объемах 11,9%. Остальные базовые отрасли: транспорт (+6,2%), торговля (+7,0%) и услуги (+7,4%) также улучшили свои объемные показатели по сравнению с III кварталом. При этом большинство российских и зарубежных экономических ведомств, включая МВФ, а также многие экономические эксперты прогнозируют достаточно заметный восстановительный рост экономики России и доходов населения в 2021 г. (МВФ ожидает сверхоптимистичный рост экономики страны на 3,9%). Естественно, не доверять статистике Росстата и прогнозам экспертного сообщества нет серьезных оснований. Тогда возникает вопрос – почему опросные мнения населе-

ния так резко контрастируют с текущими данными Росстата и позитивными ожиданиями экспертов? Подобных серьезных расхождений потребительских мнений с данными официальной статистики раньше практически не наблюдалось. По-видимому, здесь сказывается психологический фактор избыточного давления на население беспрецедентной атаки COVID-19 в прошлом году. Часть населения до сих пор находится в состоянии психологического шока – как из-за масштабного дистанцирования и «великой самоизоляции», так и из-за возможных последствий слабо предсказуемой пандемической атаки. Ведь для подавляющего большинства населения в мире, включая Россию, вся жизнь построена на тесном социальном контакте между собой. Причем основная часть производимой в мире физической продукции и оказываемых услуг делается руками людей и благодаря их коммуникации. Часть людей постоянно сопровождает чувство боязни за себя, свою семью и своих близких. Дополнительно люди боятся в результате нападения этого невидимого врага потерять свою занятость и, полностью или частично, свой доход. Пока они не избавятся от этих психологических страхов, часть домашних хозяйств будет применять не потребительскую модель поведения, а сберегательную, и даже позитивные изменения в экономике и своих доходах будут восприниматься с негативным фоном. Подобные страхи несут дополнительный отрицательный эффект для экономики. У людей под давлением описанного фактора, как правило, падает производительность труда, причем независимо от их профессии. Для минимизации подобных эксцессов необходимо, во-первых, в ускоренном режиме, не считаясь ни с какими бюджетными издержками, провести вакцинацию населения России на уровне, как минимум, 60% взрослого населения страны. Во-вторых, необходимо продолжить или даже интенсифицировать финансово-материальную помощь населению, особенно низкодоходному, за счет бюджетных источников. Текущая макроэкономическая финансовая ситуация, лучшая за весь период СССР и новой России, позволяет поддержать данный маневр. Если смотреть на возникшую психологическую проблему стратегически, то, по-видимому, целесообразно заметно увеличить бюджетные ассигнования на развитие человеческого капитала (здравоохранение, образование, науку, улучшение возможности доступа населения к мировому и страновому культурному коду). Все-таки здоровые и разумные люди в основном более умственно и физически производительны, что является одним из главных факторов для устойчивого роста экономики, а также они менее подвержены психологическому стрессу, связанному с возможностью потери своих доходов и занятости, и, тем более, к девиантному поведению. Даже частичное решение этих задач наверняка приведет к улучшению потребительского поведения населения и, соответственно, к росту экономики.

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.