
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН¹

ИРИНА ДЕМЕНТЬЕВА

В современной рыночной экономике потребители играют чрезвычайно важную роль, поскольку осуществляемые ими расходы составляют свыше половины валового внутреннего продукта страны. По данным статистики в 2016 г. расходы домашних хозяйств на конечное потребление составляли 54% ВВП². Расходы потребителей играют определяющую роль в динамике внутреннего спроса и, соответственно, в ускорении или замедлении темпов экономического роста.

Принятие потребителями решений об осуществлении тех или иных покупок (в особенности крупных) или формировании сбережений зависит не только от объективных причин, каковыми являются уровень личных доходов и цен на потребительском рынке. Воздействие этих факторов на поведение людей в современной экономике неизбежно опосредуется их субъективными представлениями, оценками и ожиданиями относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом.

Учитывать эти психологические факторы позволяет индекс потребительских настроений – уникальный макроэкономический индикатор, рассчитанный на основе социологической информации.

Целью настоящей работы стало исследование особенностей индекса потребительских настроений жителей Вологодской области как индикатора социально-экономических изменений.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

1. Представить концепцию индекса потребительских настроений (ИПН).
2. Проанализировать динамику сводного индекса потребительских настроений и составляющих его частных индексов на основе данных мониторинга общественного мнения жителей Вологодской области.
3. Представить характеристику ИПН в разрезе различных социально-демографических и доходных групп населения региона.

Индекс потребительских настроений (Index of Consumer Sentiment, ICS или The consumer sentiment index, MCSI) был разработан в 1950-е годы

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ «Региональный социальный капитал в условиях кризиса». Грант №16-03-00188/16.

² См. «Доля расходов домашних хозяйств на конечное потребление в ВВП» // http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#

группой исследователей Мичиганского университета. Первоначально он измерялся три раза в год, начиная с 1960 г. опросы стали проводиться ежеквартально, в настоящее время – ежемесячно. С 1955 г. результаты замеров регулярно публикуются наряду с основными макроэкономическими статистическими показателями США. Этот индекс с определёнными изменениями рассчитывается во многих странах мира³ (табл. 1).

В России первые измерения ИПН были проведены в 1993 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения. Первоначально они проводились эпизодически. В 1997 г. была создана специальная некоммерческая организация – Фонд «Содействие развитию и построению индекса потребительских настроений» (Фонд ИПН), главной целью которой является финансовая, техническая и интеллектуальная поддержка исследованиям потребительских настроений. В 1996-1997 гг. проект ИПН финансировался Бюро технической помощи Министерства финансов США, в 1998-2003 гг. – за счет грантов, полученных из Фонда Форда и от российских деловых кругов (в частности, Московской межбанковской валютной биржи, Сбербанка России и др.), а также при поддержке Центра развития ИПН; в 2004-2005 гг. реализация программы ИПН осуществлялась при поддержке Независимого института социальной политики, Левада-Центра и Сбербанка России⁴.

В настоящее время в Левада-Центре проводятся расчеты ИПН по методике Фонда ИПН (Мичиганского университета).

Индекс потребительских настроений – многокомпонентный высоко агрегированный показатель. Он строится как совокупность субъективных оценок текущего личного материального положения, ситуации на потребительском рынке и ожиданий изменения личного материального положения и общей экономической ситуации. Особенность индекса потребительских настроений, отличающая его от традиционных показателей социально-экономического развития, – применение специально разработанной методологии. Она находится на стыке социологии, экономики, психологии и включает в себя новейшие разработки данных отраслей научного знания⁵.

Методика расчёта ИПН строится на основе данных опросов общественного мнения по пяти пунктам, относящимся к текущему экономическому положению населения и экономики в целом, а также оценке ближайших перспектив их развития (табл. 1). Для каждого вопроса рассчитываются частные индексы, которые также можно использовать для оцен-

³ См. «Индекс настроения потребителей от университета Мичигана» // http://www.fxteam.ru/forex-library/fundamental-analyse/uom_consumer_sentiment/

⁴ См. «Индекс потребительских настроений / Методология анализа настроений потребителей» // http://www.socpol.ru/research_projects/ipn/methodology.shtml

⁵ См. Гулин К. А. Динамика потребительских настроений населения Вологодской области в 2000 г. // «Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз», 2001, № 14, с. 29-40.

ки отношения населения к тем или иным изменениям социально-экономической и политической ситуации в стране⁶. Средняя арифметическая из частных индексов даёт совокупную величину – индекс потребительских настроений.

Таблица 1

Вопросы, используемые для расчёта ИПН

| | Название индекса | Формулировка вопроса |
|---|--|--|
| 1 | Индекс текущего личного материального положения | Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи: оно лучше или хуже, чем было год назад? |
| 2 | Индекс перспектив личного материального положения | Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше, или хуже, или примерно такое же, как сейчас? |
| 3 | Индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны | Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут для экономики страны хорошим временем, или плохим, или каким-либо еще? |
| 4 | Индекс долгосрочных перспектив развития экономики страны | Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем? |
| 5 | Индекс целесообразности приобретения товаров длительного пользования | Если говорить о крупных покупках для дома, то как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы покупать большинство таких товаров? |

Специфика построения ИПН заключается в том, что на основе микроэкономической информации создаётся обобщённый индикатор изменений, происходящих в экономике в целом. Это позволяет выявлять такие зависимости социально-экономических изменений, которые сложно зафиксировать посредством обычных макроэкономических связей. Благодаря этому индекс не только чутко фиксирует тенденции экономической и социальной ситуации, но и реагирует на её возможные изменения, что позволяет прогнозировать дальнейшее развитие страны и региона.

Основное предназначение ИПН – исследование социально-экономической ситуации и её перспектив. Оно находится в рамках теоретической концепции, обозначаемой как психологическая экономика. Это означает, что главным с точки зрения прогнозирования и выработки решений, создания перспективных программ социально-экономического развития является анализ влияния населения на развитие экономики. Это возможно постольку, поскольку потребители активно принимают решения и способны учиться на опыте, ожидать изменения экономической конъюнктуры,

⁶ Для расчёта частных индексов из доли положительных ответов (в процентах) вычитается доля отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Таким образом, полностью отрицательные ответы дали бы общий индекс 0, сплошь положительные – 200, равновесие первых и вторых – индекс 100, являющийся, по сути, нейтральной отметкой.

соответствующим образом менять своё поведение и тем самым влиять на экономическое развитие⁷.

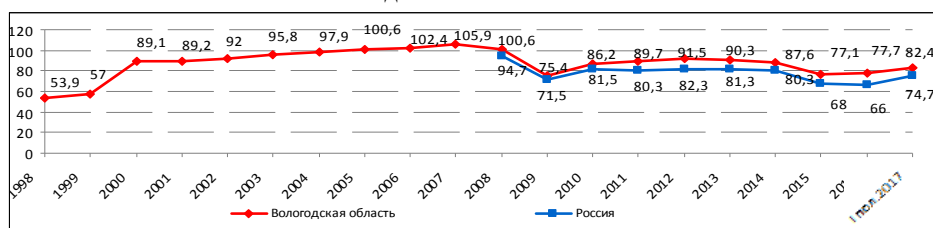
С конца 1990-х годов Институт социально-экономического развития территорий РАН проводит исследование динамики индекса потребительских настроений в рамках регулярного мониторинга общественного мнения в Вологодской области⁸. Расчёт индекса осуществляется на основе методики, разработанной Мичиганским университетом и применяемой в масштабах России Левада-центром.

Согласно данным мониторинга, на протяжении всего периода измерений с 1998-го по 2016 г. (за исключением периода с 2005 по 2008 г.) ИПН населения Вологодской области располагался ниже нейтральной отметки 100 пунктов, что свидетельствует о преобладании негативных оценок населения в отношении собственного уровня и качества жизни и неуверенности в перспективах развития экономики (рис. 1). Наиболее существенная негативная динамика ИПН отмечалась в кризисные периоды: в 1998 г. во время дефолта (индекс упал до отметки 54 пункта), в 2008 г., когда население столкнулось с последствиями мирового финансового кризиса (72 пункта), в 2015 г. в условиях текущего кризиса (77 пунктов).

В 2017 г. наметилась тенденция повышения потребительской активности населения региона: по сравнению с 2016 г. ИПН увеличился на 6 пунктов (с 78 до 82). Аналогичная динамика ИПН наблюдалась и в России в целом.

Рис. 1

Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области и России



Расчёт ИПН в разрезе различных социально-демографических категорий может углубить анализ социальной ситуации в регионе, так как позволяет выявить уровень социального неблагополучия, напряжённости, а следовательно, степень социального благоприятствования (потенциала)

⁷ См. Гулин К. А. Социальная ситуация в регионе и потребительские настроения населения. Вологда, 2000.

⁸ Раз в два месяца опрашивается 1500 человек в возрасте 18 лет и старше в городах Вологде и Череповце, в Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекснинском районах. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населённых пунктов различных типов (сельские населённые пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3%.

экономических изменений. Это важно в контексте планирования и оценки вариантов экономической политики для различных социальных групп.

По результатам социологических измерений, наиболее низкие показатели ИПН фиксируются: в зависимости от возраста – среди жителей старше 55 лет (в среднем за период измерений – 78 пунктов); в зависимости от уровня образования – среди лиц, имеющих среднее и неполное среднее образование (79 пунктов); по уровню доходов – в 20%-й группе наименее обеспеченных (70 пунктов); по территории проживания – среди жителей районов (80 пунктов).

Таблица 2

**Динамика индекса потребительских настроений
в различных социально-демографических группах населения (в пунктах)**

| Категории | 1998 | 2000 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 1 пол. 2017 |
|--------------------------------------|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|----------------|
| Пол | | | | | | | | | | | | |
| Мужской | 57,9 | 91,9 | 102,1 | 75,9 | 86,7 | 90,3 | 92,2 | 91,0 | 87,6 | 76,8 | 78,7 | 82,8 |
| Женский | 55,4 | 87,1 | 99,3 | 75,0 | 85,8 | 89,1 | 91,0 | 89,8 | 87,6 | 77,3 | 76,9 | 81,9 |
| Возраст | | | | | | | | | | | | |
| До 30 лет | 69,5 | 98,5 | 107,4 | 79,9 | 92,7 | 95,0 | 97,0 | 94,5 | 93,0 | 82,9 | 83,7 | 85,9 |
| 30-55 лет | 54,5 | 86,7 | 100,5 | 72,7 | 84,0 | 89,1 | 91,9 | 91,4 | 87,5 | 75,2 | 76,8 | 83,5 |
| Старше 55 лет | 49,9 | 84,9 | 94,5 | 71,1 | 84,3 | 86,0 | 86,3 | 85,6 | 84,2 | 76,0 | 75,4 | 78,9 |
| Образование | | | | | | | | | | | | |
| Среднее и н/среднее | 52,9 | 88,0 | 96,0 | 74,0 | 82,8 | 85,6 | 84,9 | 83,4 | 80,5 | 73,6 | 74,7 | 76,8 |
| Среднее специальное | 57,0 | 88,7 | 100,7 | 73,1 | 84,2 | 87,9 | 90,2 | 88,7 | 86,9 | 76,9 | 78,4 | 83,7 |
| Высшее и н/высшее | 61,7 | 91,5 | 105,8 | 79,4 | 92,1 | 95,5 | 98,8 | 99,2 | 96,3 | 81,1 | 80,2 | 86,9 |
| Доходные группы | | | | | | | | | | | | |
| 20% наименее обеспечен- ных | 43,9 | 74,6 | 90,4 | 67,8 | 71,6 | 74,8 | 77,6 | 71,2 | 69,8 | 62,5 | 64,8 | 70,4 |
| 60% среднеобеспеченных | 52,2 | 87,8 | 98,8 | 72,0 | 85,3 | 89,0 | 90,3 | 90,8 | 87,0 | 77,0 | 76,7 | 81,4 |
| 20% наиболее о- беспеченных | 74,8 | 105,3 | 113,9 | 83,0 | 101,6 | 105,3 | 107,5 | 108,9 | 107,5 | 91,0 | 91,5 | 94,8 |
| Территории | | | | | | | | | | | | |
| Вологда | 57,7 | 88,6 | 96,6 | 71,3 | 87,8 | 90,9 | 93,6 | 92,3 | 90,8 | 75,9 | 77,1 | 80,8 |
| Череповец | 67,4 | 92,1 | 102,6 | 72,6 | 93,8 | 98,9 | 100,2 | 97,7 | 95,3 | 83,3 | 78,4 | 84,2 |
| Районы | 51,4 | 87,8 | 101,4 | 76,0 | 81,7 | 84,4 | 86,2 | 85,3 | 81,7 | 74,2 | 77,5 | 82,3 |

Помимо сводного ИПН самостоятельный интерес представляют и его компоненты, позволяющие анализировать отдельные составляющие комплексного процесса формирования и реализации конечного потребительского спроса. Хотя все составляющие ИПН характеризуют с разных сторон одни и те же процессы, происходящие в экономике, и отношение к ним населения, каждый из этих компонентов привносит что-то новое⁹.

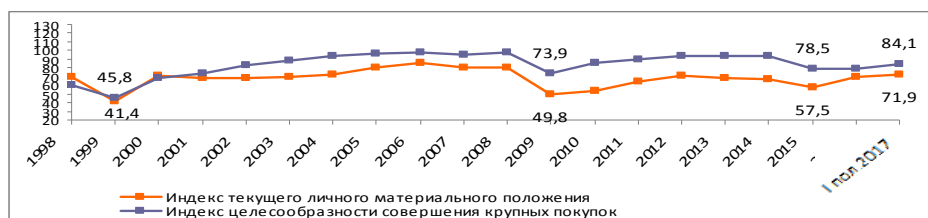
«Первичные» частные составляющие ИПН можно разделить на две группы: индексы текущего состояния (текущие компоненты), к которым относятся индекс текущего личного материального положения и индекс целесообразности совершения крупных покупок, а также индексы потребительских ожиданий (компоненты ожиданий), а именно индекс перспектив личного материального положения и индексы краткосрочных (на 1 год) и долгосрочных (на 5 лет) перспектив развития экономики страны.

Обращаясь к текущим компонентам, мы наблюдаем полную синхронизацию динамики этих двух частных индексов (рис. 2). Наиболее существенные падения отмечались в 1998-1999 гг. – на 28 и 14 пунктов соответственно, в 2008-2009 гг. – на 30 и 23 пункта, в 2014-2015 гг. – на 9 и 15 пунктов. В 2016-2017 г. ситуация начала меняться к лучшему, но говорить об устойчивом росте пока преждевременно ввиду сохраняющейся экономической и политической нестабильности и неопределённости перспектив.

Рис. 2

Динамика индексов текущего состояния (в пунктах)

Источник: данные мониторинга ВолНЦ РАН.



Анализ входящих в состав ИПН компонентов ожиданий корректно провести в двух срезах: с одной стороны, ожиданий в отношении «личного» и «общественного», временной горизонт которых одинаков (на год); с другой стороны – соотношение оценок «общественных перспектив» (через год и через пять лет) между

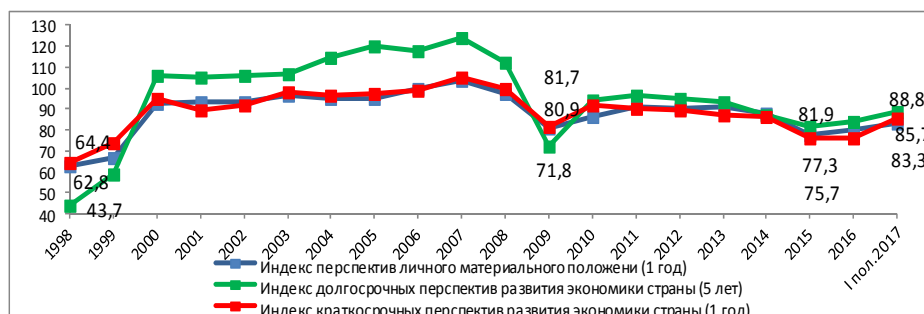
⁹ См. Ильин В. А. Индекс потребительских настроений: тенденции и перспективы социально-экономического развития в оценках населения Вологодской области в 1997 году // «Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз», 1997, № 4, с. 73-93.

собой, т.е. кратко- и долгосрочных ожиданий развития экономики страны (рис. 3).

Годовые ожидания в отношении собственного материального положения и экономического положения в стране достаточно близки между собой – соответствующие индексы практически совпадают. Что касается оценок общественных перспектив на год и на пять лет, то здесь хотелось бы отметить следующее. Во-первых, синхронность динамики двух кривых, отражающих кратко- и долгосрочные экономические ожидания потребителей. Во-вторых, заметный разрыв между двумя индексами: уровень оценок населением пятилетних перспектив экономического развития страны на протяжении всего наблюдаемого периода остаётся существенно выше годовых ожиданий. Кроме того, это единственный индекс сводного ИПН, значения которого наиболее близки к пороговой отметке в 100 пунктов, а порой и превышают её. Такая ситуация объясняется не только национальными традициями веры в «светлое будущее», но и вполне прозаическими причинами, связанными с реалиями настоящего, – низкими уровнем и качеством жизни значительной части населения региона, отсутствием ощущения стабильности и т.д.

Рис. 3

Динамика индексов потребительских ожиданий (в пунктах)
Источник: данные мониторинга ВолНЦ РАН.



Таким образом, основные тенденции индекса потребительских настроений и составляющих его частных индексов в регионе свидетельствуют о сходной динамике представленных показателей и позволяют говорить о взаимосвязи восприятия текущего состояния и перспективных ожиданий. При этом долгосрочные прогнозы относительно развития экономики страны выглядят более оптимистичными, чем оценки текущего состояния и ближайших перспектив.

Будучи синтетическим показателем, ИПН отражает широкий спектр

явлений общественной жизни страны и региона: как сугубо экономические, так и политические, социальные и иные процессы.

Очевидно, что настроение человека как потребителя формируется, прежде всего, под влиянием экономических индикаторов, точнее, тех, что прямо или косвенно сказываются на его бюджете, покупательной способности, материальном потреблении. Вместе с тем динамика потребительских настроений отражается и на оценке деятельности федеральных и региональных структур исполнительной власти. Более того, опыт социологических измерений (в частности, динамика данных индикаторов в условиях экономического кризиса 2008 г.) показывает, что сохранение и дальнейшее углубление негативных тенденций в динамике потребительских настроений непосредственно отражается на поддержке деятельности властей и приводит в последующие месяцы к снижению её оценки. Так, после падения ИПН в условиях экономического кризиса 2014-2016 гг. в I полугодии 2017 года последовало снижение индексов одобрения деятельности президента РФ (на 8 п., со 152 до 144 п.) и главы региона (на 4 п., со 103 до 99 п.).

Рис. 4



Многолетние исследования ИПН в рамках мониторинга общественного мнения, осуществляемого ВолНЦ РАН в Вологодской области, показали, что данный индикатор чутко фиксирует ситуацию экономического спада или подъёма, а также реагирует на её возможные изменения.

Использование индекса в макроэкономических исследованиях предоставляет редкую возможность учёта психологических факторов при моделировании и прогнозировании экономики. Составление прогнозов на возможное развитие социально-экономической ситуации позволяет вовремя уловить тенденции, которые зачастую трудно обнаружить с помощью традиционных эконометрических методов, и, исходя из этого, внести коррективы в управление экономическими процессами¹⁰.

¹⁰ См. **Росинская Г. М.** К методологии анализа экономического поведения потребителя // «Вестник Московского университета». Сер. 6: Экономика, 2007, № 6, с. 72-80.

Ключевые слова: *потребительские настроения, уровень жизни, социально-экономическое развитие, доходы, доверие*

ԻՐԻՆԱ ԴԵՄԵՆՏԵՎԱ – Բնակչության սպառողական տրամադրությունները որպես սոցիալ-տնտեսական փոփոխությունների ցուցիչ – Արդի հասարակության սոցիալ-տնտեսական կյանքի փոխակերպումները անմիջականորեն ամրագրվում են մարդկանց գիտակցության մեջ և դրսևորվում նրանց տրամադրություններում, ընկալումներում, գնահատումներում և որպես հետևանք՝ վարքում: Այսօր գիտությունը կարևորում է սոցիալ-տնտեսական գործընթացների ուսումնասիրություններում այնպիսի գործիքների կիրառությունը, որոնք հաշվի են առնում սուբյեկտիվ պատկերացումները, գնահատումները, մտադրությունները, ակնկալիքները և դրանց ազդեցությունը մակրոտնտեսական երևույթների վրա: Այդպիսի յուրահատուկ գործիքներից է սպառողական տրամադրության ինդեքսը (USF), որը սոցիոլոգիական տեղեկատվության հիման վրա հաշվարկվող բազմաֆունկցիոնալ ցուցիչ է:

Հոդվածում դիտարկվում են Վոլոգդայի մարզի բնակիչների սպառողական տրամադրության ինդեքսի միտումները, հետազոտվում USF-ի մասնավոր բաղադրիչների առանձնահատկությունները, վերլուծվում սպառողական տրամադրությունների առանձնահատկությունները՝ կախված տարածաշրջանի բնակչության եկամտից և սոցիալ-ժողովրդագրական նկարագրիչներից:

Մակրոտնտեսական հետազոտություններում սույն ինդեքսի կիրառումը տնտեսության մոդելավորման և կանխատեսման գործընթացում հոգեբանական գործոնները հաշվի առնելու բացառիկ հնարավորություն է ընձեռում: Իսկ սոցիալ-տնտեսական վիճակի զարգացման կանխատեսումների մշակումը թույլ է տալիս ժամանակին վեր հանել այն միտումները, որոնք ավանդական էկոնոմետրիկական մեթոդներով դժվար է բացահայտել:

Բանալի բառեր – *սպառողական տրամադրություն, կենսամակարդակ, սոցիալ-տնտեսական զարգացում, եկամուտ, վստահություն*

IRINA DEMENTIEVA – Consumer Sentiments of the Population as an Indicator of Socio-Economic Changes¹¹. – Transformation processes occurring in the socio-economic life of modern society, have a direct impact in people's minds, their sentiments, perceptions, estimates and, consequently, in behavior. An important area of research today is the use of the instruments for the study of socio-economic processes, which take into account subjective perceptions, evaluations, intentions, expectations and their impact on macroeconomic phenomena. One of these tools is the consumer confidence index (CCI) which is a multi-component indicator that is calculated on the basis of sociological information.

¹¹ This article was prepared with the support of the grant RHSF "Regional social capital in crisis". Grant No. 16-03-00188/16.

This article examines trends in consumer sentiment of the Vologda oblast residents, examines the features of private components of the IPN study of consumer attitudes in terms of various socio-demographic and income groups of the population.

The use of an index for macroeconomic research provides a rare opportunity to incorporate psychological factors when modeling and forecasting the economy. Preparation of forecasts of the socio-economic situation gives an opportunity to capture trends that are often difficult to detect using traditional econometric methods, and, on this basis, to make adjustments in the management of economic processes.

Key words: *consumer sentiments, living standards, socio-economic development, income, trust*