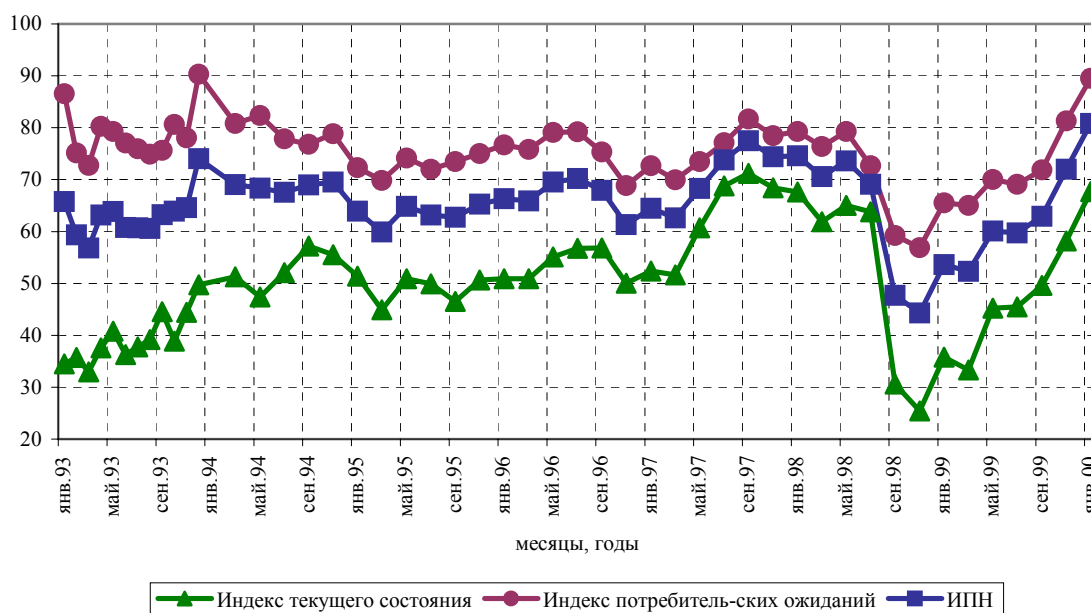


## ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В ЯНВАРЕ 2000г.

*(Результаты подготовлены исследовательской группой Фонда  
«Содействие развитию и построению Индекса Потребительских Настроений»  
по мониторингу, заказанному ВЦИОМу)*

Индекс потребительских настроений в январе 2000г. по сравнению с ноябрем прошлого года существенно вырос – на 9 пунктов – и составил 81, достигнув максимального за весь период наблюдений (т.е. с января 1993 года) значения. Таким образом, уже второй замер подряд сохраняются необычно высокие темпы роста индекса. В то же время опыт наблюдений с 1993г. показывает, что в зимние месяцы настроения потребителей, как правило, ухудшаются вследствие воздействия сезонных факторов. Следовательно, отмечаемый ныне рост индекса потребительских настроений является отражением устойчивого нарастания потребительского оптимизма с осени прошлого года. Основные причины тому – это предвыборная эйфория и наметившееся улучшение экономической ситуации в стране. Нынешняя динамика индекса характеризуется ростом всех составляющих ИПН: Индекс текущего состояния повысился на 17% и составил 68, а Индекс потребительских ожиданий – на 10% и стал равен 90. (см. рис.1). Как видно на рисунке, со второй половины 1999 года стала отчетливо проявляться тенденция к сближению текущей и перспективной составляющих ИПН за счет опережающего роста первой. Такая же тенденция отмечалась и в 1997 году, который до последнего времени являлся наиболее благоприятным за последнее десятилетие периодом с точки зрения экономического развития страны.

**Рис.1 Динамика Индекса Потребительских Настроений в 1993-2000гг.**



Свой вклад в значительный рост Индекса текущего состояния внесли обе его компоненты: индекс текущего личного материального положения повысился на 11 пунктов, а индекс крупных покупок – на 9 (см. табл. 1). Улучшение оценок материальной ситуации в семье в первую очередь, как и на протяжении всей второй половины прошлого года, связывается с обретением работы (доля респондентов, указавших эту причину, продолжает расти с июля 1999 года, и к настоящему моменту

увеличилась уже почти в 3 раза). Важным фактором улучшения личного материального положения продолжает оставаться ликвидация задолженностей по пенсиям и регулярные выплаты заработной платы: доля респондентов, отметивших эту причину, выросла за полгода в 4 раза. В июле прошлого года 51% опрошенных говорили о том, что нет возможности собрать деньги на крупные покупки вследствие задолженностей по заработной плате, а в начале нынешнего года доля таких ответов сократилась до 34%.

По-прежнему в целом доля семей, чье материальное положение ухудшилось за последний год, значительно превышает долю тех, кто отмечает улучшение материального положения. Однако частота упоминания основных причин ухудшения материального положения снижается за последние полгода: почти вдвое реже респонденты стали упоминать проблемы нерегулярных выплат заработной платы и пенсий, на 10 пунктов снизилась частота ответов о росте цен как основной причине ухудшения материального положения семьи. К сожалению, пока не произошло таких же изменений в оценках населением проблем с трудоустройством как фактора ухудшения материального положения семьи. На протяжении последнего полугодия от 15 до 20 процентов респондентов отмечают, что члены их семей либо вообще потеряли работу, либо сократились их заработки.

Значение Индекса потребительских ожиданий является в настоящий момент одним из наиболее высоких за весь период наблюдений: он практически достиг уровня декабря 1993г. Все составляющие этого индекса значительно выросли за последние два месяца. Однако наиболее высокие темпы роста сохраняет индекс оценки населением экономической ситуации в стране в ближайший год: он вырос по сравнению с ноябрем на 11 пунктов. Причинами такого улучшения оценок экономической ситуации в стране в ближайший год являются постоянно повышающиеся надежды населения на стабилизацию экономики страны и более эффективную экономическую политику правительства и как результат – рост отечественного производства, снижение инфляции и безработицы. Частота упоминания всех этих причин выросла за последние полгода не менее чем в три раза, а надежды на повышение эффективности работы правительства в области экономики возросли только за прошедшие два месяца в два с половиной раза.

В структуре отрицательной мотивации (т.е. причин ожидания ухудшения экономического положения в стране в ближайший год) также произошли изменения, подкрепляющие описанные выше тенденции. Почти вдвое за полгода снизилась частота упоминаний таких причин как рост цен и безработицы, падение производства. Реже стали упоминаться неэффективные действия государства в области экономики как фактор ожидаемого ухудшения экономического положения в стране.

Описанные выше тенденции подтверждаются анализом других переменных, измеряемых в ходе исследования потребительских настроений населения. За последние полгода произошли существенные изменения в оценке экономической политики правительства. В распределении ответов респондентов на вопрос о том, как правительство справляется с задачами борьбы с безработицей, инфляцией и т.п. по-прежнему абсолютно преобладают отрицательные оценки («плохо справляется»), а положительных практически нет (ответ «хорошо» дают не более 1% опрошенных). Однако доля отрицательных оценок сократилась за полгода на 11 пунктов (в основном за счет увеличения «средних» оценок) и составила в январе 2000 года 67%

опрошенных. Кроме того, за эти же полгода вдвое снизились опасения роста безработицы, измеряемые как разность ответов о том, что безработных в ближайший год станет больше, и ответов о том, что их станет меньше. В июле прошлого года разность таких ответов составляла 51 п.п, а в январе нынешнего – 25 п.п.

Таблица 1

**Динамика компонент ИПН**

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	<b>ИПН</b>	<i>ИТС</i>	<i>ИЭО</i>
Май-96	53.0	73.3	72.8	91.6	57.3	35.1	<b>69.6</b>	55.2	79.2
Июль-96	53.6	72.9	71.7	93.0	59.9		<b>70.2</b>	56.8	79.2
Сент.-96	52.0	73.0	66.2	86.7	61.6	31.2	<b>67.9</b>	56.8	75.3
Нояб.-96	44.9	64.1	59.2	83.3	55.3	27.5	<b>61.4</b>	50.1	68.9
Янв.-97	47.8	70.5	64.5	82.9	57.0	27.2	<b>64.5</b>	52.4	72.6
Март-97	42.5	64.6	60.6	84.6	60.8	38.0	<b>62.6</b>	51.7	69.9
Май-97	53.3	71.8	65.9	82.7	68	41.2	<b>68.3</b>	60.7	73.5
Июль-97	56.5	74.8	70.0	86.5	81.1	42.0	<b>73.8</b>	68.8	77.1
Сент.-97	62.5	74.6	77.8	92.6	79.8	45.7	<b>77.5</b>	71.2	81.7
Нояб.-97	57.7	72.7	74.0	88.8	79.0	40.8	<b>74.4</b>	68.4	78.5
Янв.-98	57.9	72.7	74.2	91.0	77.3	50.7	<b>74.6</b>	67.6	79.3
Март.-98	49.3	71.6	67.7	90.0	74.4	52.6	<b>70.6</b>	61.9	76.4
Май-98	55.9	76	71.9	90.1	74.4	48.6	<b>73.7</b>	65.2	79.3
Июль-98	49.8	69.4	62.3	86.5	77.7	49	<b>69.1</b>	63.8	72.7
Сент.-98	26,5	48,2	46,2	83,1	34,7	31	<b>47,7</b>	30,6	59,2
Нояб.-98	19,3	49	41,5	80,2	31,5	25,2	<b>44,3</b>	25,4	56,9
Янв.-99	29,1	56,9	54,7	85	42,5	32,5	<b>53,6</b>	35,8	65,5
Март-99	28,2	63,8	52,9	78,2	38,4	30,4	<b>52,3</b>	33,3	65,0
Май-99	36,9	66,1	55,8	88,1	53,4	30,5	<b>60,1</b>	45,2	70,0
Июль-99	37,1	59,1	61,9	86,3	53,9	39,2	<b>59,7</b>	45,5	69,1
Сент.-99	40,8	65,1	62,0	88,5	58,4	39,6	<b>63,0</b>	49,6	71,9
Нояб.-99	50,1	72,6	77,4	93,9	66,2	42,4	<b>72,0</b>	58,2	81,3
Янв.-00	60,7	81,7	88,0	98,9	74,6	46,9	<b>80,8</b>	67,7	89,5

x1 - индекс текущего личного материального положения

x2 - индекс ожиданий изменения личного материального положения

x3 - индекс ожиданий развития экономики страны в ближайший год

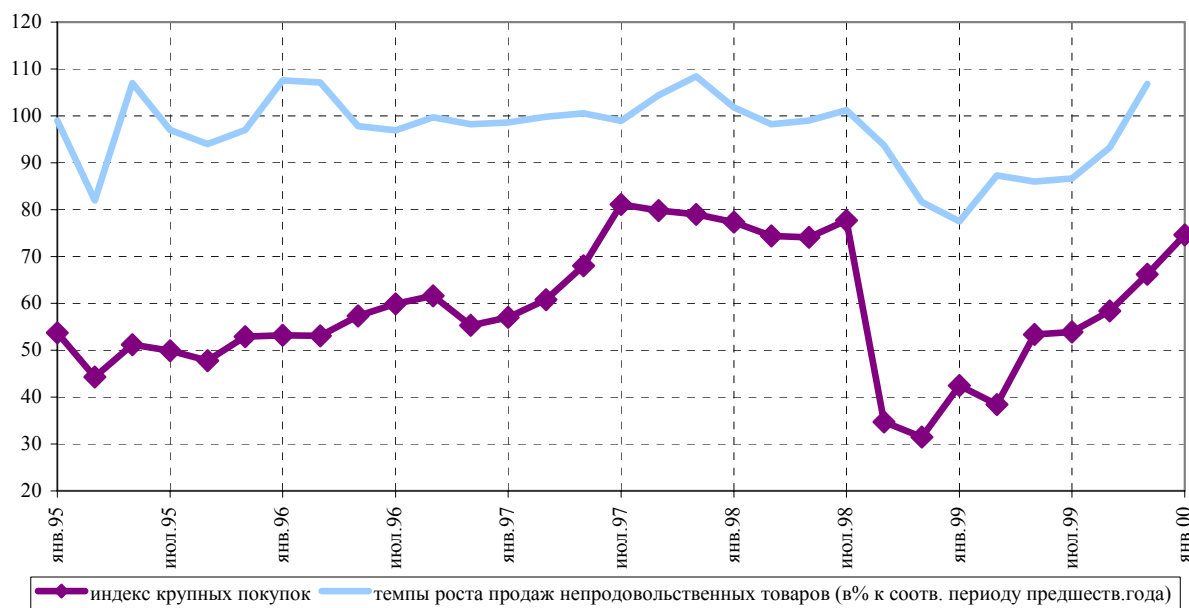
x4 - индекс ожиданий развития экономики страны в ближайшие 5 лет

x5 - индекс целесообразности приобретения крупных покупок

x6 - индекс целесообразности делать сбережения

Весьма интересная ситуация складывается на потребительском рынке. Индекс крупных покупок продолжает свой устойчивый рост, начавшийся с марта 1999г. Такие настроения потребителей относительно оценок экономических условий для приобретения товаров длительного пользования находят выражение в их реальном поведении. Официальные статистические данные свидетельствуют о положительной динамике продаж непродовольственных товаров: в декабре 1999 года темпы их роста составили 104,2% по отношению к декабрю 1998г. (см. рис.2).

Рис.2. Динамика индекса крупных покупок и темпов роста продаж непродовольственных товаров.



Переходя к анализу потребительских настроений в социально-демографическом разрезе, прежде отметим главное: во всех половозрастных, доходных и поселенческих группах сохраняется рост ИПН, однако темпы этого роста и динамика отдельных его компонент различны.

Обратимся к анализу **по доходным группам** (см. рис.3), который показывает, что за последние два месяца рост ИПН происходил в основном за счет представителей среднедоходной части населения. В этой группе темпы роста индекса составили 23%, в то время как в низкодоходной – 5%, а в высокодоходной – 11%.

Повышенный оптимизм среднедоходной части населения прежде всего связан с оценками личного материального положения (как сейчас, так и в перспективе) и оценками ситуации на потребительском рынке.

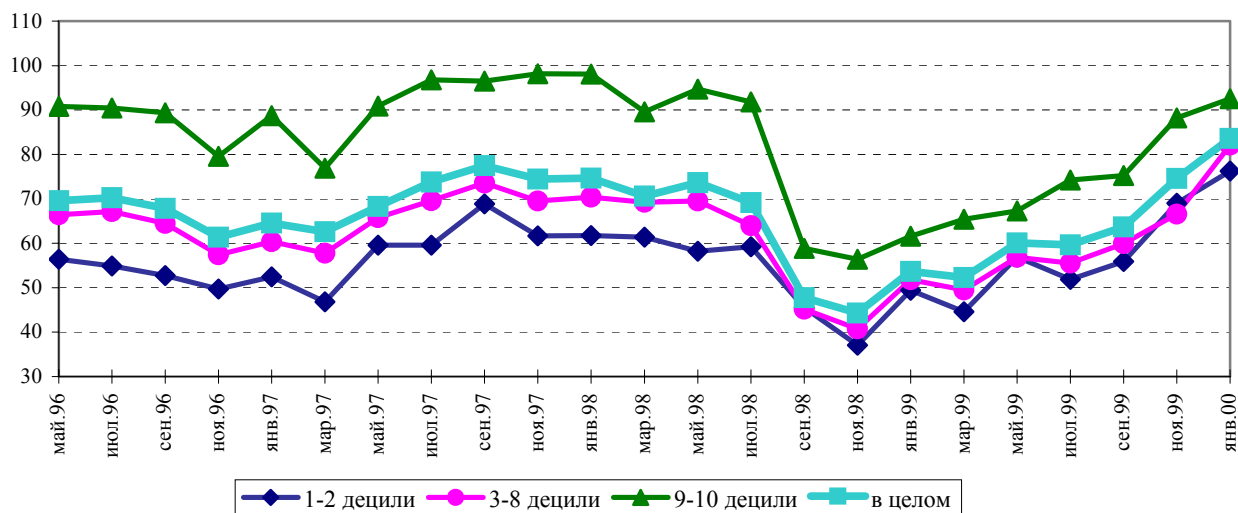
Относительно высокий рост ИПН по низкодоходной группе населения практически полностью определяется оценками текущего материального положения (они выросли чуть ли не в полтора раза), в то время как надежды на будущее даже несколько ухудшились.

Наиболее сдержанный оптимизм высокодоходных слоев населения определяется в первую очередь надеждами на улучшение экономического положения в стране в ближайший год. Однако эти надежды возможно не слишком устойчивы, поскольку ожидания представителей этой части населения на более отдаленные перспективы развития экономики стали чуть менее оптимистичны, чем два месяца назад.

Анализ влияния уровня дохода на оценки ИПН показывает сохранение сложившихся в конце прошлого года тенденции к сближению мнений людей с разным уровнем семейного дохода, которое происходит за счет более быстрого роста оптимизма низко и среднедоходных слоев населения по сравнению с высокодоходными. Появившееся

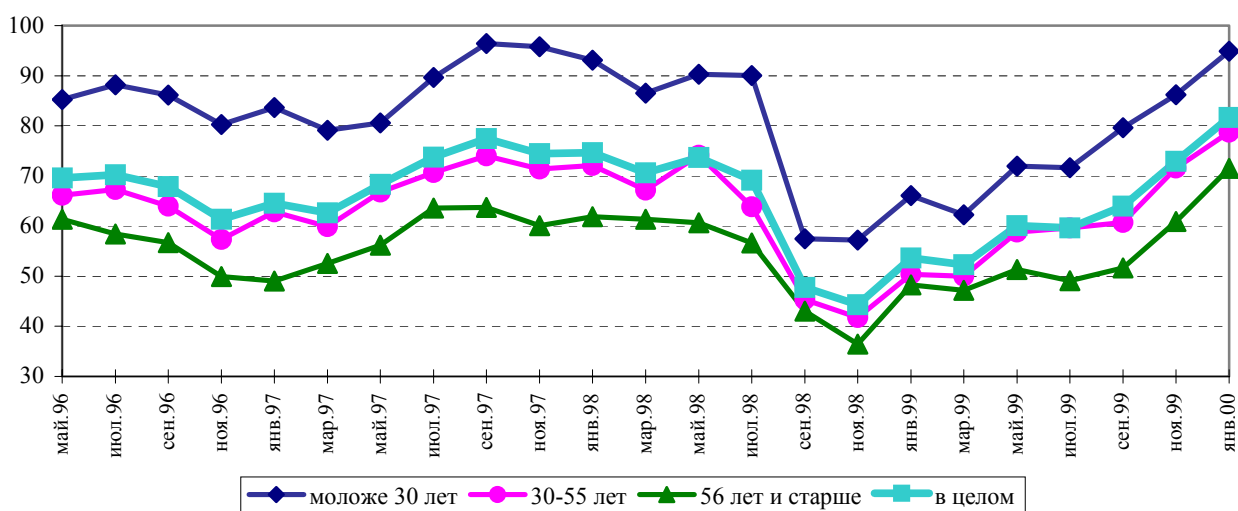
после августа 1998 года сближение потребительского поведения людей с разным уровнем дохода продолжает сохраняться.

Рис.3. Динамика ИПН в 1996-2000гг. по доходным группам респондентов.



Анализ потребительских настроений по возрастным группам показывает сохранение в целом сложившихся ранее тенденций (см. рис.4): абсолютный рост ИПН во всех возрастных группах примерно одинаков, и таким образом по-прежнему молодые люди оказываются наибольшими оптимистами в своих оценках. Однако разрыв между ними и представителями старшего поколения, для которых всегда был ли характерен наибольший пессимизм, несколько сокращается за последние полгода.

Рис.4. Динамика ИПН в 1996-2000гг. по возрастным категориям респондентов.

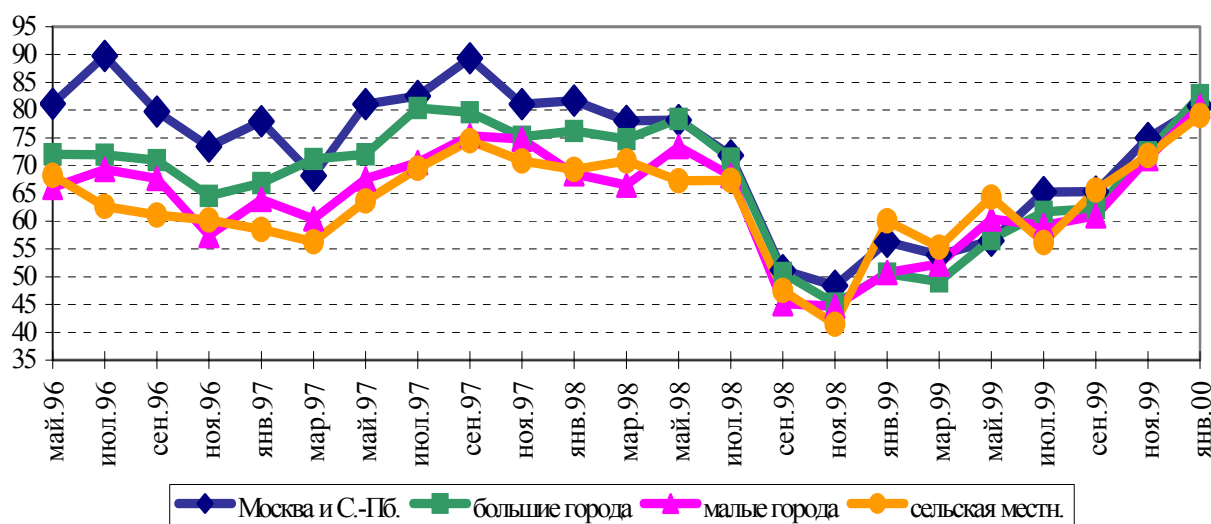


Основной вывод, вытекающий при анализе ИПН в поселенческом разрезе, заключается в том, что продолжается сближение мнений населения, проживающего в населенных пунктах различного типа. Этот процесс начался после августовского кризиса 1998 года. До него отчетливо выделялся оптимизм жителей Москвы и Санкт-

Петербурга. Затем, прямо пропорционально уровню урбанизации следовали значения Индекса потребительских настроений жителей крупных городов, малых городов и сельских населенных пунктов.

Процесс сближения уровней ИПН в зависимости от типа населенного пункта, происходил в первую очередь за счет относительно низких темпов роста мнений жителей столичных городов. Эта же тенденция проявила себя вновь в январе 2000 года: рост ИПН среди жителей двух российских столиц был наименьший – 8%. И теперь уровни ИПН по основным типам населенных пунктов практически совпадают. В Москве и Питере ИПН равен 81, в крупных городах России он даже несколько выше – 83, в малых городах он такой же, как и в столицах – 81, и чуть ниже, чем среди горожан, ИПН в сельской местности – 79.

Рис.5. Динамика ИПН в 1996-2000гг. по типам населенных пунктов.



Таким образом, в начале 2000 года с очевидностью сформировались тенденции динамики ИПН, складывающиеся в последние месяцы прошлого года. На сегодняшний день значительный рост Индекса потребительских настроений жителей России определяется мнением среднедоходных и низкодоходных слоев населения, мнением людей среднего и старшего возраста, а дифференцирующая роль уровня урбанизации практически сошла «на нет». Таким образом, постепенно мнение «опережающих» социально-демографических слоев населения (молодых, высокообеспеченных, столичных жителей) становится мнением основной части населения, однако происходит это за счет относительно более медленного роста оптимизма этих прежде лидирующих групп населения.