

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ РЕГИОНА: ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В статье представлены тенденции в сфере материального потребления жителей региона в 2012-2015 гг. Рассмотрены особенности потребительского поведения в условиях кризисных процессов в экономике страны и региона. Проанализирована обеспеченность основными продуктами питания, непродовольственными товарами, услугами в различных доходных группах населения. Рассмотрены факторы, воздействующие на формирование потребительского поведения жителей области. Исследование основывается на данных мониторинга общественного мнения населения Вологодской области.

Уровень потребления, потребительский рынок, доходы населения, розничный товарооборот, потребительские настроения.

Одной из актуальных проблем, к которой в настоящее время обращено внимание властей, представителей научного сообщества и широкой общественности, является развивающийся экономический кризис.

По оценке Минэкономразвития за январь-декабрь 2015 г. ВВП России снизился на 3,8% по отношению к соответствующему периоду прошлого года. В ноябре по отношению к предыдущему месяцу снизилось промышленное производство (- 0,6%), усилился спад в сельском хозяйстве (- 0,9%), строительстве (-0,2%), продолжается снижение розничной торговли (- 0,8%) платных услуг населению (- 0,7%) [7].

Существенный экономический спад, затронувший Россию в целом, непосредственным образом отразился и на социально-экономическом развитии регионов. В числе территорий, находящихся под воздействием кризисных процессов, оказалась и Вологодская область. Данные официальной статистики демонстрируют ухудшение основных экономических и социальных показателей региона в 2015 г. Так, индекс промышленного производства в 2015 г. по отношению к 2014 г. вырос только на 1,8%, в то время как годом ранее его прирост составил 4,9%. Реальная заработная плата на территории области в 2015 г. по отношению к 2014 г составила 88,3%, индекс потребительских цен – 115,6%, численность официально зарегистрированных безработных – 123,8% [9, с. 9, 43, 32, 61.]. Более того, темпы снижения данных показателей в 2015 г. были значительно выше тех, которые фиксировались в 2014 г.

В условиях кризисных процессов в социально-экономическом развитии территорий актуализируется проблема изучения потребительского поведения населения. В современной рыночной экономике потребители играют чрезвычайно важную роль, поскольку осуществляемые ими расходы составляют свыше половины валового внутреннего продукта страны. По данным статистики, в III квартале 2016 г. расходы домашних хозяйств на конечное потребление составляли 54% ВВП [3]. Расходы потребителей играют определяющую роль в динамике внутреннего спроса и, соответственно, в ускорении или замедлении темпов экономического роста. Особенности и тенденции потребительского поведения населения выступают, с одной стороны, отражением социально-экономических процессов, происходящих в региональном сообществе, с другой – являются мощным фактором, способствующим социально-экономическому развитию общества.

В сфере потребления действуют две взаимосвязанные тенденции, которые и определяют восприятие людьми своего уровня жизни, его отдельных параметров и их оценку в плане возможностей потребления. Первая тенденция отражает ожидание роста количественных показателей материального благосостояния (заработной платы, денежных доходов, натуральных поступлений). Вторая – субъективные оценки доступности значимых социальных благ и услуг [11, с. 5].

С конца 1990-х годов в рамках регулярного мониторинга общественного мнения на

территории Вологодской области Вологодский научный центр РАН (ранее ИСЭРТ РАН) проводит ежегодное исследование тенденций, складывающихся в сфере материального потребления жителей региона<sup>2</sup>.

В настоящей статье рассматриваются результаты социологических измерений за 2012-2015 гг. Представлен анализ динамики субъективных оценок населения в сфере материального потребления, что позволяет расширить и углубить исследования по аналогичной тематике, основанные на данных официальной статистики [1].

Главным фактором, влияющим на развитие потребительского рынка, является материальное положение населения. По данным государственной статистики, в период с 2012 по 2015 г. наблюдается снижение темпов роста реальных располагаемых денежных доходов жителей Вологодской области. Если в 2012 г. по сравнению с предыдущим годом они возросли на 10,8%, то в 2015 г. по сравнению с 2014 г. – только на 1,2% [10]. Оборот розничной торговли за год снизился на 10%. При этом оборот продовольственных товаров в сопоставимой оценке уменьшился на 7%, непродовольственных товаров – на 13%. Снижение оборота товаров и услуг может быть обусловлено инфляционными процессами, происходящими в экономике страны и региона. Так, в декабре 2015 г. по отношению к соответствующему периоду предыдущего года цены на товары и услуги возросли в среднем на 12%, в том числе на продовольственные товары на 13%, на непродовольственные товары – на 15%, на платные услуги – на 7% соответственно.

В 2015 г. отмечается ухудшение оценок покупательной способности доходов населения в отношении приобретения продуктов питания, непродовольственных товаров, оплаты услуг (табл. 1). Так, в 2015 г. по сравнению с 2012 г. уменьшилась доля жителей региона, имеющих материальные возможности для покупки большинства продуктов питания (с 35 до 27%), непродовольственных товаров (с 25 до 19%), оплаты большинства услуг, кроме самых дорогостоящих (с 20 до 16%). При этом возрос удельный вес жителей, которые испытывали трудности при покупке даже самых необходимых товаров (с 8 до 15%) и оплате повседневных услуг (бытовых, парикмахерских, жилищно-коммунальных, транспортных; с 13 до 21%). Большинство населения области по-прежнему в состоянии приобрести или оплатить только самые необходимые товары и услуги (56-58%).

Таблица 1. Оценка материальных возможностей населения в приобретении продовольственных и непродовольственных товаров, а также в оплате получения различных услуг (в % от числа опрошенных)<sup>3</sup>

	2012	2013	2014	2015
<i>Продовольственные товары</i>				
Могли позволить себе покупку большинства продуктов	34,7	36,5	32,5	27,1
Приобретали только самые необходимые продукты	51,7	52,1	51,1	55,5
Испытывали трудности при покупке даже самых необходимых продуктов питания	6,7	5,1	8,5	8,5
<i>Непродовольственные товары</i>				
Могли позволить себе покупку большинства товаров	25,1	28,3	21,3	19,4
Приобретали только самые необходимые товары	62,2	59,3	59,7	56,9
Испытывали трудности при покупке даже самых необходимых товаров	8,2	6,9	9,9	14,5
<i>Платные услуги</i>				
Оплата большинства услуг не вызывала трудностей	19,8	22,0	19,0	16,2
Могли оплатить только самые повседневные услуги	60,0	60,8	58,3	56,1

<sup>2</sup> Ежегодно 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 населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3%.

<sup>3</sup> Здесь и далее населением оценивались итоги прошедшего года в сравнении с предыдущим.

Испытывали трудности при оплате даже самых необходимых услуг	13,1	12,0	16,8	20,9
Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.				

В 2015 г. снизилось количество приобретаемых товаров и платных услуг (табл. 2). По сравнению с 2012 г. увеличилось представительство жителей области, которые приобретали или получали «в меньшем объеме, чем прежде» продукты питания – с 20 до 31%, непродовольственные товары – с 30 до 38%, услуги – с 25 до 32%. При этом снизился удельный вес тех, у кого не произошло существенных изменений в количестве приобретённых продуктов питания (с 58 до 45%), промышленных товаров – с 48 до 39%, услуг – с 45 до 34%.

Таблица 2. Оценка изменения количества (объёма) приобретаемых продуктов питания, непродовольственных товаров, платных услуг в прошлом году по сравнению с предыдущим годом (в % от числа опрошенных)

	2012	2013	2014	2015
<i>Продовольственные товары</i>				
Приобретали больше, чем прежде	10,4	11,8	7,9	9,0
Приобретали в том же объёме, что и прежде	57,5	58,9	50,2	45,3
Приобретали меньше, чем прежде	20,1	18,1	23,3	31,3
<i>Непродовольственные товары</i>				
Приобретали больше, чем прежде	9,2	9,6	6,6	7,4
Приобретали в том же объёме, что и прежде	48,4	52,3	40,9	39,0
Приобретали меньше, чем прежде	29,5	24,7	36,2	38,2
<i>Платные услуги</i>				
Получили больше, чем прежде	7,5	10,0	5,6	6,9
Получили в том же объёме, что и прежде	44,5	48,0	37,1	34,0
Получили меньше, чем прежде	25,2	22,5	25,3	31,9
Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.				

Принятие потребителями решений об осуществлении тех или иных покупок (в особенности крупных), получении платных услуг 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 воззрениями, т.е. представлениями, оценками и ожиданиями относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом [2, с. 91]. Учитывать эти социально-психологические факторы позволяет Индекс потребительских настроений, который является уникальным макроэкономическим индикатором, рассчитанным на основе социологической информации (опросных данных). Будучи синтетическим показателем, ИПН отражает динамику различных факторов, формирующих потребительское поведение населения. Он строится как совокупность субъективных оценок текущего личного материального положения, ситуации на потребительском рынке и ожиданий изменения как личного материального положения, так и общей экономической ситуации<sup>4</sup>. ИПН является действительно единственным макроэкономическим индикатором,

<sup>4</sup> Индекс потребительских настроений рассчитывается исходя из ответов на вопросы:

1. Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи: оно лучше или хуже, чем было год назад? (варианты ответов: «лучше», «хуже»).
2. Если говорить о крупных покупках для дома, то, говоря в общем, как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы покупать большинство таких товаров? (варианты ответов: «хорошее», «плохое»).
3. Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше, хуже или примерно такое же, как сейчас? (варианты ответов: «будет лучше», «будет хуже»).
4. Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут для экономики страны хорошим временем или плохим или каким-либо еще? (варианты ответов: «хорошим», «плохим»).

агрегирующим в себе мнения, оценки и ожидания всего населения территории, которое играет, в конечном счете, определяющую роль в динамике внутреннего спроса и, соответственно, ускорении или замедлении экономического роста [8]. На основе анализа динамики индекса потребительских настроений можно прогнозировать экономическое и социально-политическое поведение населения в ближайшей перспективе, а также динамику экономического развития области и страны в целом.

Как показали результаты социологических опросов, начиная с 2012 г. наблюдалась тенденция ухудшения потребительских настроений жителей Вологодской области (рис. 10). В период с 2012 по 2016 г. Индекс снизился на 14 пунктов и установился на стабильно низком уровне (77 пунктов). Аналогичная динамика ИПН наблюдалась и в России в целом. При этом за представленный период потребительские настроения жителей Вологодской области были более благоприятны, чем в среднем по стране [5].

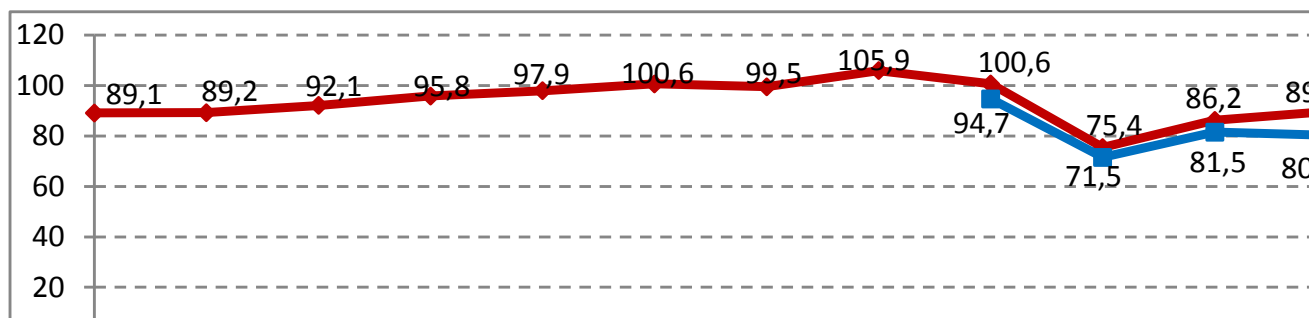


Рис. 1. Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области и России\* (в пунктах)  
\* Данные Левада-Центра по России представлены с 2008 г.

Таким образом, потребление товаров и услуг является индикатором качества жизни, благополучия и успешности в меняющихся экономических условиях. Исследование вопросов потребления может дать наиболее полное представление о происходящих социально-экономических изменениях. В целом, снижение уровня потребления населения области, а также имеющийся дисбаланс в потреблении товаров и услуг жителями региона, относящимися к разным доходным группам, которые были зафиксированы в 2014-2015 гг., могут привести к негативным социально-политическим последствиям, а именно к ухудшению социального настроения, запаса терпения в обществе, снижению доверия ко всем структурам власти, росту потенциала социального протеста. Дальнейший рост потребления жителями области товаров и услуг будет зависеть от степени эффективности мероприятий федеральных и региональных властей по выводу экономики на устойчивую траекторию развития, увеличению доходов населения, преодолению избыточной дифференциации доходов и имущественного расслоения населения.

### Список литературы

1. Гулин, К.А. Динамика уровня потребления населения региона / К.А. Гулин, И.Н. Деметьева // Проблемы развития территории - 2005. - № 2 (29). - С. 52-61
2. Деметьева, И.Н. Потребительские настроения населения в условиях политических перемен / И.Н. Деметьева // Проблемы развития территорий. - 2013. - № 1 (63). - С. 85-97
3. Доля расходов домашних хозяйств на конечное потребление в ВВП [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 10.09.2017 г.).
4. Доходы, расходы и потребление в домашних хозяйствах Вологодской области в 2015 году: стат. бюллетень. - Вологдастат. - апрель 2016. - С. 11
5. Индекс потребительских настроений [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.levada.ru/indeksy> (Дата обращения: 10.09.2017 г.).

5. Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем? (варианты ответов: «хорошим», «плохим»).

Для каждого вопроса рассчитываются частные индексы. Среднее арифметическое из частных индексов даёт совокупную величину – индекс потребительских настроений.

6. Красильникова, М. Российский потребитель – меняется ли он? / М. Красильникова // Вестник общественного мнения. - 2016. - № 1-2 (122). - С. 86-94
7. О текущей ситуации в экономике Российской Федерации в январе-октябре 2016 г. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/805a4a24-197c-4e72-89ef-529075e25741/monitoring\\_macro\\_1-10.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=805a4a24-197c-4e72-89ef-529075e25741](http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/805a4a24-197c-4e72-89ef-529075e25741/monitoring_macro_1-10.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=805a4a24-197c-4e72-89ef-529075e25741) (Дата обращения: 10.09.2017 г.).
8. Россинская, Г.М. К методологии анализа экономического поведения потребителя / Г.М. Россинская // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. - 2007. - № 6. - С. 72-80
9. Социально-экономическое положение Вологодской области в январе 2016 года: доклад / Вологдастат. - Вологда, 2016 - 76 с.
10. Социально-экономическое положение Вологодской области в 2015 году: доклад / Вологдастат. - Вологда, 2015 - 85 с.
11. Шавель С.А. Потребление и стабильность общества: Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. - Минск: Беларус. навука, 2010. - 316 с.

*I.N. Dementieva*

### **CONSUMER BEHAVIOR IN THE REGION: TRENDS IN THE CRISIS**

The article presents the trends in the sphere of material consumption of the residents of the region in 2012-2015. The features of consumer behavior in the conditions of crisis processes in the country and the economy of the region. Analysed availability of the main food, non-food goods and services in various income groups of the population. The factors that affect the formation of the consumer behavior of inhabitants of the region. The study is based on data of monitoring of public opinion of the population of the Vologda region. The level of consumption, the consumer market, the real disposable incomes, retail sales, consumer sentiment.