



Волгоградцы станут меньше покупать?

Уже более полутора лет Центр «Аналитик» проводит измерения индекса потребительских настроений – интегрального показателя, характеризующего социальное самочувствие, ожидания и потребительскую активность жителей Волгограда. Результаты последних замеров, проведенных в октябре-ноябре 2008 года, свидетельствуют о том, что индекс потребительских настроений за последнее время заметно снизился.

Индекс потребительских настроений (ИПН) - количественный показатель, отражающий отношение населения к наиболее общим формам потребительского поведения в контексте оценок личного материального положения и экономической ситуации в целом. Индекс был разработан группой исследователей Мичиганского университета (США) под руководством Дж. Катоны в 1950 году¹. С тех пор с минимальными изменениями используется в различных странах мира.

С 60-х годов прошлого века измерения ИПН начались в рамках проекта «Евробарометр» в европейских странах. С 1994 года в России измерение ИПН ведет Левада-Центр. Также исследования, направленные на оценку потребительских ожиданий, проводит Федеральная служба государственной статистики РФ. На сайте Госкомстата ежеквартально публикуются материалы, посвященные оценке потребительских ожиданий россиян².

Индекс потребительских настроений рассчитывается на основе распределения ответов респондентов на пять вопросов, касающихся текущего материального положения семей и ожиданий его изменения, перспектив развития экономики страны и ситуации на потребительском рынке. Значения индексов могут изменяться в пределах от 0 до 200. Индекс равен 200, когда все население положительно оценивает экономическую ситуацию (свое материальное положение, личные перспективы и т.д.). Индекс равен 100, когда количество положительных и отрицательных оценок одинаково.

Признаки, составляющие ИПН и другие индексы, обладают хорошими прогностическими возможностями. Так, например, известно, что реальный спрос на автомобильном рынке идет с квартальным опозданием вслед за самооценкой населением своих потребительских намерений.

¹ История применения в социологии и маркетинге, а также методика расчета индекса потребительских настроений детально изложена на сайте Независимого института социальной политики (<http://ipn.socpol.ru/methodology.shtml>).

² Документ «Потребительские ожидания в России в III квартале 2008 года» опубликован по адресу: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/lsswww.exe/Stg/d010/143.htm

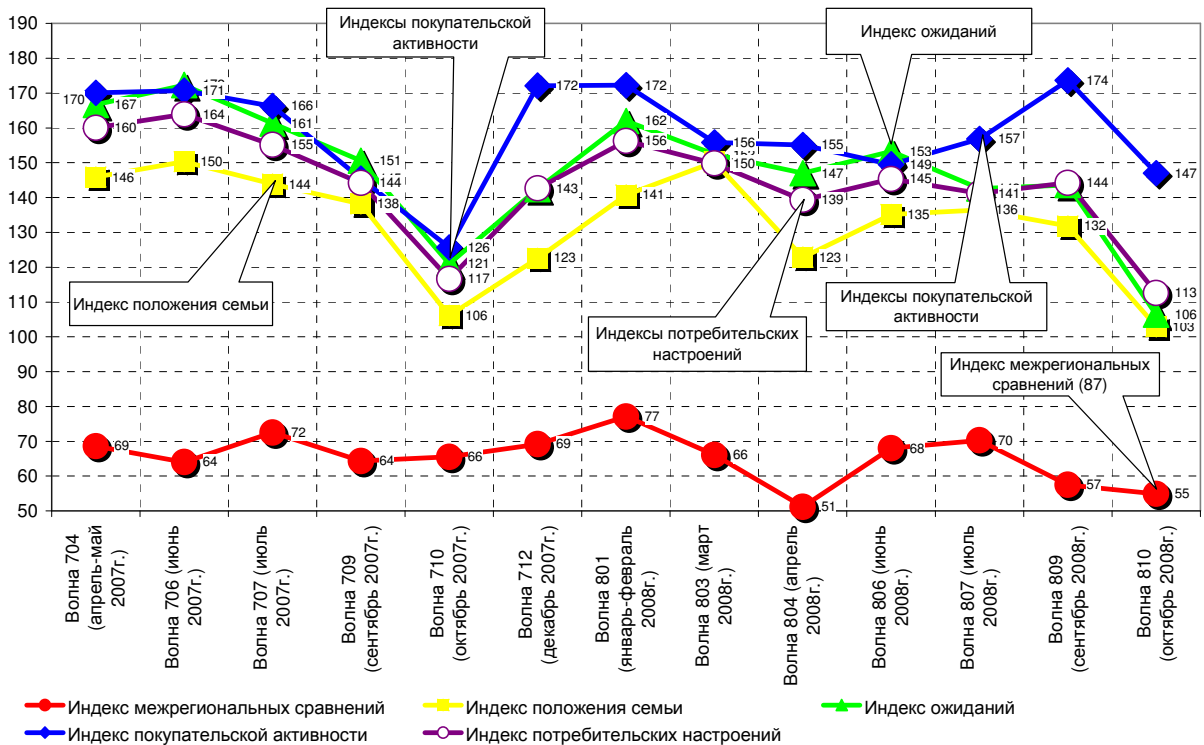
Измерение потребительских настроений волгоградцев в рамках проекта «Волгоградский Омнибус»³ начиная с апреля 2007 г. регулярно проводит Центр «Аналитик». На рис. 1 представлены диаграммы, иллюстрирующие изменение величины индекса потребительских настроений жителей Волгограда и его компонентов (индекса ожиданий, индекса положения семьи и т.д.) за период с апреля 2007 года по октябрь 2007 г. В полном виде результаты обработки ответов респондентов, использованные при расчете компонентов ИПН, представлены в табл. 1 на С. 4.

Анализ полученных данных позволяет сделать следующие выводы:

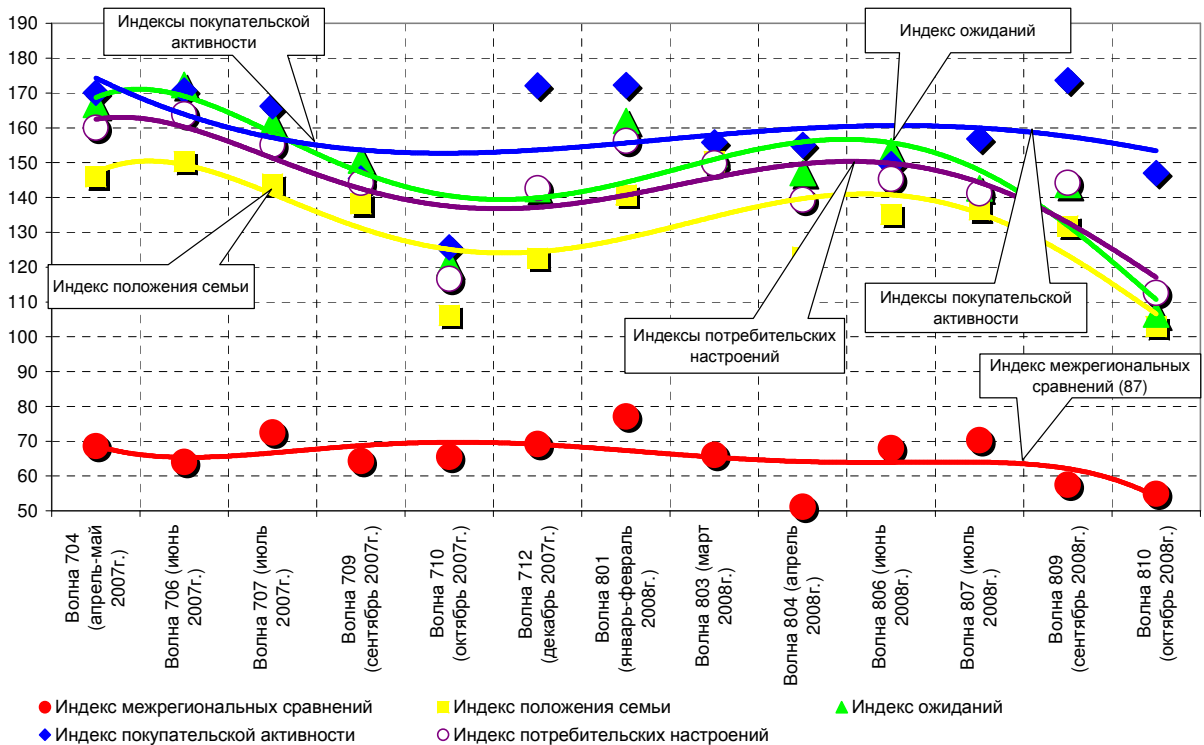
1. Показатели социального самочувствия (в том числе – покупательской активности) в октябре 2008 года оказались самыми низкими за последний год – так, например, если в декабре 2007 года 63% опрошенных были согласны с утверждением, что «сейчас – хорошее время для совершения крупных покупок», то в октябре 2008 года с этим утверждением согласились лишь 47% опрошенных. Индекс покупательской активности в октябре составил 147 пунктов, что является самым низким значением за последний год.
2. В наибольшей степени снижение коснулось «индекса ожиданий» (в октябре 2008 г. он составил 106 единиц, весь последний год держался в пределах 141–162 единицы). Сегодня лишь 20% опрошенных считают, что материальное положение их семьи в течение ближайшего года улучшится (16% уверены в том, что положение ухудшится – «безусловно» или «скорее всего»).
3. В то же время на настоящий момент недостаточно данных для того, чтобы утверждать, что тенденция снижения показателей социального самочувствия является устойчивой и не обусловлена сезонными колебаниями. Как правило, в преддверии новогодних праздников имеет место «всплеск» показателей социального самочувствия населения, а весной и осенью показатели несколько снижаются (см. рис. 1).
4. Также характерен тот факт, что индекс межрегиональных сравнений (ИМС) для волгоградцев оказывается стабильно ниже 100 баллов (в целом по ряду замеров колеблется в диапазоне 51–77). Это означает, что относительное большинство волгоградцев (в среднем по всем замерам – 33%) считает, что условия жизни в нашей области заметно хуже, чем в других регионах России. Противоположного мнения придерживаются лишь 16% опрошенных.

В настоящее время проводится очередная волна проекта «Волгоградский Омнибус». Обработка полученных данных будет завершена 22 декабря. Результаты проходящего исследования позволят уточнить полученные оценки социального самочувствия населения.

³ Исследование проходит восемь раз в год. В каждой волне проекта принимают участие около 400 волгоградцев в возрасте от 16 до 59 лет. Метод исследования – телефонное интервью по структурированной анкете. Максимальная статистическая погрешность случайной выборки такого объема не превышает 5%.



а) Результаты расчета показателей социального самочувствия



б) Тенденции изменения показателей социального самочувствия

Рис. 1. Динамика показателей социального самочувствия населения (по результатам исследования «Волгоградский Омнибус», апрель 2007–октябрь 2008 года)

Таблица 1. Распределения ответов респондентов на вопросы, связанные в расчетом ИПН за последний год (8 замеров)

ФОРМУЛИРОВКИ ВОПРОСОВ, ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ	Волна 712 (декабрь 2007г.)	Волна 801 (январь-февраль 2008г.)	Волна 803 (март 2008г.)	Волна 804 (апрель 2008г.)	Волна 806 (июнь 2008г.)	Волна 807 (июль 2008г.)	Волна 809 (сентябрь 2008г.)	Волна 810 (октябрь 2008г.)
С11. КАК ВЫ ПОЛАГАЕТЕ, НЫНЕШНИЕ УСЛОВИЯ ЖИЗНИ В НАШЕЙ ОБЛАСТИ ЛУЧШЕ, ХУЖЕ ИЛИ ПРИМЕРНО ТАКИЕ ЖЕ, КАК И В ЦЕЛОМ ПО СТРАНЕ?								
Определенно, хуже	12%	10%	12%	12%	12%	14%	12%	15%
Немного хуже	20%	19%	16%	26%	20%	18%	21%	18%
Примерно такие же, трудно сказать	51%	54%	57%	50%	51%	52%	54%	55%
Немного лучше	13%	15%	13%	12%	14%	15%	10%	10%
Определенно лучше	4%	3%	1%	1%	2%	2%	4%	3%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	69	77	66	51	68	70	57	55
С12. КАК ВЫ ПОЛАГАЕТЕ, ВАШЕ НЫНЕШНЕЕ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ (ВАШЕЙ СЕМЬИ), ЛУЧШЕ, ХУЖЕ ИЛИ ПРИМЕРНО ТАКОЕ ЖЕ, КАКИМ ОНО БЫЛО ГОД НАЗАД?								
Определенно, хуже	7%	7%	5%	7%	9%	9%	6%	9%
Немного хуже	16%	15%	10%	18%	14%	13%	15%	16%
Примерно такие же, трудно сказать	47%	44%	55%	50%	43%	44%	49%	51%
Немного лучше	27%	29%	25%	22%	29%	29%	25%	17%
Определенно лучше	3%	6%	5%	4%	4%	5%	4%	6%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	114	123	136	101	117	121	117	97
С13. КАК ВЫ ПОЛАГАЕТЕ, В БЛИЖАЙШИЕ 12 МЕСЯЦЕВ ВАШЕ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ УЛУЧШИТСЯ, УХУДШИТСЯ ИЛИ ОСТАНЕТСЯ ПРИМЕРНО ТАКИМ ЖЕ, КАК СЕЙЧАС?								
Определенно, хуже	4%	2%	1%	2%	1%	2%	3%	6%
Немного хуже	11%	7%	4%	6%	8%	9%	7%	10%
Примерно такие же, трудно сказать	56%	57%	68%	71%	62%	56%	64%	64%
Немного лучше	25%	29%	21%	19%	24%	29%	22%	15%
Определенно лучше	4%	5%	5%	2%	5%	5%	4%	4%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	131	158	165	145	153	151	147	109
С14. КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ЗА ЭТО ВРЕМЯ ИЗМЕНИТСЯ ЖИЗНЬ БОЛЬШИНСТВА РОССИЯН: УЛУЧШИТСЯ, УХУДШИТСЯ ИЛИ ОСТАНЕТСЯ ПРИМЕРНО ТАКОЙ ЖЕ, КАК СЕЙЧАС?								
Определенно, хуже	3%	1%	3%	2%	3%	3%	1%	8%
Немного хуже	11%	9%	6%	9%	10%	11%	10%	15%
Примерно такие же, трудно сказать	55%	55%	72%	64%	55%	62%	71%	63%
Немного лучше	27%	32%	18%	24%	30%	21%	17%	11%
Определенно лучше	4%	3%	2%	1%	2%	3%	1%	2%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	137	156	137	138	141	124	124	73
С15. КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РОССИЯН В ЦЕЛОМ УЛУЧШИТСЯ, УХУДШИТСЯ ИЛИ ОСТАНЕТСЯ ПРЕЖНИМ?								
Определенно, хуже	4%	4%	5%	5%	2%	4%	1%	7%
Немного хуже	7%	3%	5%	5%	6%	8%	7%	6%
Примерно такие же, трудно сказать	47%	49%	58%	53%	49%	52%	62%	61%
Немного лучше	30%	32%	22%	31%	36%	31%	28%	22%
Определенно лучше	13%	12%	11%	6%	7%	5%	2%	5%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	159	172	155	158	166	152	160	137
С16. ЕСЛИ ГОВОРИТЬ О КРУПНЫХ ПОКУПКАХ ДЛЯ ДОМА, – ТАКИХ КАК МЕБЕЛЬ, ХОЛОДИЛЬНИК, БЫТОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА, ТЕЛЕВИЗОР, ТО, КАК ВЫ ПОЛАГАЕТЕ, СЕЙЧАС В ЦЕЛОМ ХОРОШЕЕ ИЛИ ПЛОХОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ДЕЛАТЬ ТАКИЕ ПОКУПКИ?								
Определенно, плохое	3%	1%	3%	2%	2%	5%	2%	6%
Скорее, плохое	7%	10%	13%	12%	14%	11%	7%	11%
В чем-то – хорошее, в чем-то – плохое	26%	22%	27%	36%	37%	23%	29%	36%
Скорее хорошее	56%	61%	48%	44%	36%	47%	47%	41%
Определенно хорошее	7%	7%	9%	5%	11%	13%	14%	6%
ИНДЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ	172	172	156	155	149	157	174	147