

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Осуществление социальной переориентации экономики, активизация роли “человеческого фактора” стало основной идеей экономической политики с началом преобразовательного процесса в середине 80-х годов. Начало рыночных реформ призвано было дать новый импульс реализации этой стратегической линии социально-экономического развития страны. В соответствии с законами рыночной экономики провозглашалось, что именно человек (потребитель) должен был стать центром экономической системы общества.

Современное состояние практической реализации указанных идей позволяет подводить определенные итоги. Неудачи экономической политики в ее изначальном виде сегодня так или иначе признают и представители властных структур, и даже самые радикальные поборники рыночных реформ¹. Экономика страны не приняла даже относительно устойчивых форм и не выработала основ эффективной саморегуляции. При реализации экономических преобразований не были адекватно учтены их социальные последствия, что повлекло за собой чрезвычайно высокую цену реформ. Безусловно, важнейшей задачей сегодня является подъем производства, восстановление разрушенной системы экономических связей. Однако не менее важно другое: фактическая оптимизация макроэкономических показателей не должна быть единственной целью на этом пути.

Опасность все большей автономизации индивида в системе экономических отношений, активизация фрустрационных тенденций, внешняя разбалансированность различных сфер общественной жизни во все большей мере затрудняют применение традиционных методов исследования реакции населения на те или иные аспекты экономической политики (т.е. системы обратных связей “власть - население - власть”). К тому же в периоды быстрых изменений экономической среды традиционные эконо-

¹ Наиболее показательным, в этой связи, является выступление Президента РФ Б.Н. Ельцина при представлении Послания Федеральному Собранию 6 марта 1997 г.: “Снижается и без того низкий уровень жизни большинства российских граждан... Попытки решить эту проблему пока не дают заметных результатов... Большинство обещаний, которые давались людям, не выполнены.” Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию.- М.- 1997.- С.5-6.

метрические модели часто не справляются с точным прогнозированием развития событий.

Указанные процессы обуславливают необходимость поиска и применения качественно иных подходов к исследованию социальной ситуации в переходный период. Одним из наиболее перспективных направлений на этом пути может стать привлечение методик изучения общественного мнения, научное и практическое использование которых успешно осуществляется на протяжении длительного времени в странах с рыночными механизмами экономического развития, их апробация и адаптация к современным российским условиям, применение в качестве инструмента для объяснения явлений, необъяснимых обычными макроэкономическими связями.

Начиная с апреля 1997 г., Вологодским научно-координационным центром РАН проводится измерение **индекса потребительских настроений (ИПН)** на территории Вологодской области по методике Института социальных исследований при Мичиганском университете (США), адаптированной к российским условиям специалистами группы "ИПН-Россия" и Всероссийского центра изучения общественного мнения.² Представляемая работа, основанная на данных трех опросов ВНКЦ (апрель, июнь и август 1997 г.), является первой попыткой обобщения и анализа широкого спектра потребительских настроений населения в рамках одного из регионов России - Вологодской области.

Актуальность исследования определяется чрезвычайной специфичностью региональных различий в России. Многообразие межрегиональной и внутрирегиональной дифференциации по экономическим и социальным аспектам в последние годы приобрело особую актуальность. В период экономических реформ по-новому встала проблема, связанная с особенностями исторически сложившегося размещения произ-

² Индекс строится на основе ответов респондентов на пять вопросов: оценка текущего состояния материального положения (q 1); оценка ближайшей перспективы (1 год) материального положения (q 2); оценка ближайшей перспективы (1 год) развития экономики страны (q 3); оценка долгосрочной перспективы (5 лет) развития экономики страны (q 4); оценка ситуации на потребительском рынке (q 5). Средняя арифметическая из частных индексов дает совокупную величину - индекс потребительских настроений. Кроме того, выделяются еще два показателя: индекс текущего состояния (ИТС), включающий в себя ответы на первый и пятый вопросы, и индекс потребительских ожиданий (ИПО), получаемый из ответов на второй, третий и четвертый вопросы. Исходя из ответов респондентов строятся частные индексы ответов на отдельный вопрос по следующей методике: из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных и к полученной разнице прибавляется 100 для исключения отрицательных величин. Индексы могут колебаться в пределах от 0 до 200. Значение индекса будет равным 0, если все респонденты дадут отрицательные ответы на все вопросы, и 200 - положительные. Соответственно, нейтральный результат равен 100, а уровень индекса ниже этой отметки означает преобладание отрицательных ответов.

водительных сил в стране, с чем были взаимосвязаны и взаимообусловлены различные темпы и результаты экономических преобразований. Прямым результатом этого стала дифференциация населения регионов по степени "включенности" в рыночную среду. В связи с этим необходимо обратить внимание на ряд моментов, имеющих важное значение в контексте анализа показателей индекса потребительских настроений.

В течение полугода исследований в динамике ИПН и его составляющих был выявлен ряд изменений, идущих как в русле общероссийских тенденций, так и отличных от них. Различия обусловлены, как будет показано ниже, специфическими экономическими и социально-демографическими особенностями исследуемого региона.

Сравнение полученных результатов замеров показывает, что **внутрирегиональные группировки** значений индексов весьма существенно различаются со средними по области (табл. 1). Выделяются три региональных уровня показателей: средний - г. Вологда, где уровень ИПН чуть ниже, но примерно идентичен среднероссийскому; верхний - г. Череповец, который резко выделяется на фоне и области, и России; нижний - районы области.

Таблица 1

**Индекс потребительских настроений населения
отдельных территорий Вологодской области и его компоненты**

Место опроса	Дата опроса	q 1	q 2	q 3	q 4	q 5	ИПН	ИТС	ИПО
Вологодская область	апрель	45,4	71,1	50,1	74,2	67,3	61,6	56,4	65,1
	июнь	47,3	67,8	64,8	74,1	88,4	68,5	67,9	68,9
	август	52,5	71,7	63,1	76,6	78,7	68,5	65,6	70,4
Вологда	апрель	47,4	62,4	49,5	70,9	75,2	61,1	61,3	61,0
	июнь	48,1	69,7	53,5	74,5	78,0	64,8	63,1	65,9
	август	57,3	77,9	56,4	86,7	91,8	74,0	74,5	73,6
Череповец	апрель	77,8	76,9	60,5	76,4	97,4	77,8	87,6	71,3
	июнь	85,0	85,9	83,0	87,7	106,2	89,6	95,6	85,5
	август	83,2	85,6	70,4	84,4	101,2	85,0	92,2	80,1
Районы	апрель	30,0	72,2	45,6	74,5	50,4	54,5	40,2	61,4
	июнь	30,1	58,9	61,3	67,9	84,7	60,6	57,4	62,7
	август	36,9	62,9	62,7	68,7	63,0	58,8	49,9	64,8

Наряду с существенной дифференциацией в уровнях ИПН различается и структура формирующих его факторов по отдельным территориям. На динамику индексов оказывают влияние изменения макроэкономических показателей и действия властных структур в социально-экономической сфере, социально-демографические различия и природно-климатические особенности. Однако степень зависимости оценок респондентов от каждого из них различна: в более «благополучных» промышленных районах (Череповец) их определяет в основном динамика экономической конъюнктуры, в районах с преобладанием аграрного сектора - случайные с чисто экономической точки зрения единовременные меры правительства или сезонный фактор. Вследствие этого различна и степень устойчивости потребительских настроений. Так, например, мероприятия государства по выплате пенсий наиболее резкое повышение вызвали в сельских районах, где доля населения пенсионного возраста составляет 41 % (в городах - 26 %), а нестабильность перспективных оценок объясняется, по-видимому, фактом значительной натурализации сельскохозяйственного производства, автономизации крестьянских семей: на них могут оказывать влияние такие факторы, как ход посевной и уборочной кампании и т.п.

В динамике индекса отдельных доходных групп очевидна основная тенденция: с уменьшением уровня дохода увеличивается пессимизм респондентов как в отношении текущего состояния и перспектив, так и в отношении и личного материального положения, и экономического развития страны. Помимо крайне низкого уровня индекса текущего материального положения для низкодоходных групп населения чрезвычайно опасной представляется его отрицательная динамика. Данные опросов (табл. 2) показывают, что показатели первого индекса у 20 % населения с наиболее низкими доходами значительно ниже, чем у 20 % - с наиболее высокими, причем разрыв между ними увеличился с 2,7 до 4 раз. Потребительские настроения живущих на уровне бедности и за ее чертой оптимизируются прежде всего за счет перспективных оценок. Поэтому разрыв между уровнями ИПН был меньше, к тому же не так значительно увеличился (с 1,6 до 2,4 раза).

Таблица 2

Индекс потребительских настроений по доходным группам

Уровень дохода	Дата опроса	q 1	q 2	q 3	q 4	q 5	ИПН	ИТС	ИПО
Низкий (20 %)	апрель	26.1	63.8	40.1	72.8	47.5	50.0	36.8	58.9
	июнь	23.8	53.7	47.6	65.2	67.4	51.5	45.6	55.5
	август	21.8	42.7	38.0	53.8	49.1	41.1	35.5	44.9
Средний (60%)	апрель	37.2	66.1	46.4	72.4	63.7	57.2	50.5	61.6
	июнь	35.0	62.0	60.9	71.0	81.2	62.0	58.1	64.7
	август	43.4	67.3	60.1	75.8	70.9	63.5	57.2	67.7
Высокий (20 %)	апрель	70.6	86.1	64.7	77.0	88.1	77.3	79.4	75.9
	июнь	73.7	79.2	81.0	81.0	111.3	85.3	92.5	80.4
	август	88.7	97.8	88.3	95.7	115.6	97.2	102.2	93.9

Следует обратить внимание на то, что оценки нижней и средней доходных групп в период исследований претерпевали существенные колебания, в то время как оценки верхней группы практически всегда стабильно повышались. Причины такого положения подобны тем, что отмечались нами при анализе внутриобластной дифференциации показателей индексов. Представители верхней группы более самостоятельны, значительно менее зависимы от влияния случайных факторов, чем представители нижней и средней групп (в основном это работники бюджетной сферы, убыточных предприятий, пенсионеры), существование (а следовательно и потребительские настроения) которых в большей степени определяется политикой государства.

Указанная ситуация позволяет говорить о том, что динамика индекса потребительских настроений нижних имущественных групп может быть весьма существенным индикатором социальной ситуации в регионе. Оценка текущего материального положения упала до столь низкой точки, что о каких-либо резервах здесь говорить не приходится. В то же время перспективные оценки еще относительно оптимистичны. Именно их динамика (повышение или понижение) может отразить, с одной стороны, рост внутреннего социального напряжения и, что не менее опасно, - рост апатии и еще большей автономизации, с другой - увеличение остающихся надежд на улучшение жизни. Однако последнее возможно только при наличии действенных мер по повышению материального положения малоимущих слоев населения.

Определенная зависимость выявляется при рассмотрении ИПН в группировке по полу респондентов (табл. 3).

Таблица 3

Индекс потребительских настроений в зависимости от пола респондентов

Пол	Дата опроса	q 1	q 2	q 3	q 4	q 5	ИПН	ИТС	ИПО
Мужской	апрель	50,3	73,5	51,8	73,1	71,6	64,1	61,0	66,1
	июнь	51,8	73,0	67,9	77,1	96,4	73,2	74,1	72,7
	август	57,5	77,8	68,8	77,5	86,4	73,6	71,9	74,7
Женский	апрель	41,9	69,2	48,8	74,9	64,2	59,8	53,0	64,3
	июнь	43,7	63,7	62,3	71,7	82,0	64,7	62,9	65,9
	август	48,5	66,8	58,5	75,8	72,5	64,4	60,5	67,0

Очевидно, что психологические качества, определяемые половой принадлежностью, оказывают заметное влияние на уровень всех показателей и порядок их распределения. Наибольшие различия наблюдаются по первому и пятому индексам: мужчины с заметно большей долей оптимизма оценивают текущий уровень материального положения - на 8 - 9 пунктов, ситуацию на потребительском рынке - на 7 - 14 пункта. Поэтому сводный индекс текущего состояния у женщин заметно ниже - на 8 - 12 пунктов, в то время как различия в ИПО не столь велики - 2 - 8 пунктов. Неслучайно и то, что первое место в оценках женщин занимают, как правило, ожидания экономического развития страны в долгосрочной перспективе, у мужчин - ожидания изменения личного материального положения. Причинами подобных различий являются как различия социальных статусов в целом (и как следствие - дифференциация в уровне доходов), так и различие функций по отношению к домашнему хозяйству.

Основным направлением в распределении уровня индекса по **возрастным группам** является негативизация оценок с увеличением среднего возраста респондентов. Характерен и порядок распределения частных индексов. Представители молодого поколения значительно выше, чем представители старших групп, оценивают свое текущее состояние, а в повышении уровня жизни прежде всего рассчитывают на собственные силы: среди перспективных оценок на первом месте у них стоит показатель ожиданий изменения личного материального положения, в то время как у остальных - оценка долгосрочных перспектив экономического развития страны (табл. 4). С повышением возраста центр перспективных ориентаций смещается в сторону макроэкономических факторов, в то время как ИПН у молодежи, напротив, снижается за счет более пессимистических настроений в отношении перспектив экономического развития страны.

Таблица 4

Индекс потребительских настроений по возрастным группам

Возраст	Дата опроса	q 1	q 2	q 3	q 4	q 5	ИПН	ИТС	ИПО
До 30 лет	апрель	64.6	88.1	54.7	78.9	84.2	74.1	74.4	73.9
	июнь	57.7	92.6	72.5	88.0	104.6	83.1	81.2	84.4
	август	74.3	83.5	74.9	80.1	90.5	80.7	82.4	79.5
От 30 до 55 лет	апрель	42.2	69.0	49.7	72.9	64.8	59.7	53.5	63.9
	июнь	48.2	64.4	58.5	70.7	85.0	65.4	66.6	64.6
	август	48.6	71.0	59.3	76.6	79.3	67.0	64.0	69.0
Старше 55 лет	апрель	37.6	62.9	48.9	72.7	59.6	56.3	48.6	61.5
	июнь	38.5	56.6	70.7	70.5	83.1	63.9	60.8	65.9
	август	41.1	63.0	59.7	73.5	67.3	60.9	54.2	65.4

Причины подобного положения заключаются в том, что молодые люди в силу присущих им социально-демографических характеристик и психофизиологических особенностей, определяющих наличие большего количества разнообразных потребностей, как правило, более активны на потребительском рынке. Специфика современной социальной ситуации заключается в том, что молодые люди обычно более обеспечены, что связано с их большей восприимчивостью, мобильностью интересов и, следовательно, способностью адаптации к изменяющимся экономическим условиям. Отдельный представитель молодого поколения даже при равенстве доходов более оптимистичен в оценках, чем представитель старшего возраста.

Завершая анализ отдельных показателей потребительских настроений населения Вологодской области, подведем некоторые **итоги**.

В период исследований уровень ИПН колебался на отметке 60 - 70 пунктов, т.е. количество отрицательных оценок преобладало, что, безусловно, нельзя считать позитивным фактом. Однако для анализа и прогнозирования дальнейшего развития более важна **динамика**, а не уровень индекса. Как показывают результаты исследования, динамика ИПН позволяет точно, а главное быстро зафиксировать изменения социального самочувствия населения, выявить факторы, их определяющие. Установление степени закономерности или случайности, природы (специфичности для данного региона) того или иного фактора дает возможность спрогнозировать их дальнейшее влияние на динамику потребительских настроений.

Исследование ИПН во внутрирегиональном аспекте показывает, что среднеобластные данные значительно усредняют показатели индексов. Между тем спектр их

изменений достаточно широк. Анализируя их без учета особенностей той или иной территории, невозможно сделать адекватные выводы из происходящих в регионе социальных процессов, и как отражения их - потребительских настроений населения. Это обуславливает особую актуальность **региональных исследований**.

Применение ряда классификаций показывает также существенные различия в настроениях отдельных социальных групп населения. В силу этого важной является потребность в проведении **широкого спектра** исследований с целью наиболее полного и адекватного анализа динамики индекса.

В целом анализ данных опросов выявил основные особенности потребительских настроений населения Вологодской области. Рассмотрение распределения уровня индекса и его составляющих позволяет говорить о том, что данный показатель адекватно отражает социальную ситуацию в стране и регионе.