

Секция «Социология»

Потребительская уверенность населения Беларуси

Сечко Наталья Николаевна

Кандидат наук

Институт социологии НАН Беларуси, Минск, Беларусь

E-mail: nsechko@cosmostv.by

Уровень жизни населения является обобщающим показателем эффективности социально-экономической политики государства, поэтому одной из основных задач социальной политики Беларуси является сокращение уровня малообеспеченности населения – удельного веса граждан, имеющих доход ниже бюджета прожиточного минимума (БПМ). За период с 2000 по 2011 год слой малообеспеченных уменьшился в 8 раз (с 41,9 % до 5,2 %). Согласно данным республиканского социологического мониторинга Институтом социологии НАН Беларуси на начало 2011 года 13,4 % респондентов оценили материальное положение своей семьи как «хорошее и скорее хорошее», 62,5 % дали средние оценки. При этом стоит отметить, что белорусские граждане под понятием «средний уровень жизни» сегодня подразумевают наличие в собственности квартиры (в сельской местности – дома), легкового автомобиля и участка земли. Средний уровень жизни белорусов подразумевает также наличие полноценного питания (78,9 %) и время от времени – посещение театров, кино, концертов (45,7 %), использование платных медицинских услуг (45,1 %), посещение кафе, ресторанов (32,3 %), сауны, бассейна, спортивного комплекса (22,0 %) и белорусских курортов (20,5 %). За последние три года белорусу со средним уровнем жизни удалось сделать ремонт в квартире (доме) – 41,2 % и приобрести товары длительного пользования (технику, мебель) – 44,0 %, каждый пятый житель страны смог сделать накопления, улучшить свое материальное положение, обеспечить образование детям и приобрести автомобиль.

Потребительская уверенность населения является важным индикатором социально-экономического развития страны и уровня жизни населения. Поэтому в ходе республиканского социологического мониторинга Институтом социологии изучается потребительская уверенность и потребительское поведение населения. Анкета мониторинга включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации и личном материальном положении, а так же о ситуации на рынках товаров (услуг) и сбережениях. Ответы респондентов распределяются по следующим вариантам: определенно положительные или определенно отрицательные (очень хорошее, очень благоприятное/очень плохое, совсем неблагоприятное); скорее положительные или скорее отрицательные (хорошее, скорее благоприятное/плохое, скорее неблагоприятное); нейтральные (среднее, "плюсов" и "минусов" одинаково).

Частные индексы рассчитываются на основе сведения баланса оценок респондентов (в процентах) по соответствующему вопросу анкеты. Баланс оценок представляет собой разность между суммой долей (в %) определенно положительных и скорее положительных ответов и суммой долей (в %) определенно отрицательных и скорее отрицательных ответов. Нейтральные ответы не принимаются во внимание. Обобщающий (композиционный) индекс – индекс потребительской уверенности – рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения (1-2), произошедших и ожидаемых изменений эко-

номической ситуации в Беларуси (3-4), благоприятности условий для крупных покупок (5). Полученная в результате обследования потребительских ожиданий населения информация может быть использована для анализа поведенческой модели населения на потребительском рынке, а также для прогнозирования изменений потребительской активности и уровня жизни населения.

Если говорить в целом об оценке населением социально-экономической ситуации в Беларуси, то весной 2011 года как «хорошую и скорее хорошую» ее оценивали 13,2 % населения, средние оценки дал практически каждый второй опрошенный – 45,5 %, как «скорее плохую и плохую» ее оценили 26,4 %, затруднились с ответом 15,0 % респондентов. Оценки населением произошедших за год изменений в социально-экономической ситуации более контрастны и критичны: в 2011 году доля тех, кто отметил ухудшение (41,4 %) в 2,5 раза превысила долю позитивно оценивающих происходящие изменения (14,9 %), при этом затруднились оценить произошедшие изменения 20,8 %, а 22,9 % полагают, что ситуация не изменилась. С учетом происходящих в мировой экономике изменений, которые не могут не отражаться на ситуации в Беларуси, следует отметить, что начиная с мирового финансово-экономического кризиса 2008 года индекс оценок социально-экономической ситуации (в 2008 г. индекс составил -0,1, а в 2011 г. -13,2) и индекс оценок произошедших в ней изменений (в 2008 г. 5,8, а в 2011 г. -26,5), даваемые населением Беларуси, снизились.

Вторым важным индикатором потребительского доверия и поведения выступают оценки личного материального положения. Материальное положение своих семей белорусы оценивают довольно высоко, и здесь влияние мировых кризисных явлений на начало 2011 года не было столь критичным: 13,4 % респондентов оценили материальное положение своей семьи как «хорошее и скорее хорошее», 62,5 % дали средние оценки, и 20,5 % – поставили негативные оценки, 3,5 % затруднились с ответом. Динамика материального положения белорусов за последние годы была позитивной: 17,2 % населения отмечали происходящие улучшения своего благосостояния и практически каждому второму (47,1 %) удавалось поддерживать достигнутый уровень жизни, ухудшение отметили 31,9 %, затруднились с ответом 3,7 % респондентов.

В целом, с 2002 по 2006 год в Беларуси происходил рост индексов личного материального положения семей (в 2002 г. индекс составил -22,8, а в 2006 г. 0,1). Мировой финансовый кризис 2008 г. обусловил снижение показателей, на протяжении 2010 г. меры правительства и состояние белорусской экономики еще позволяли поддерживать уровень жизни семей в стране, однако к весне 2011 г. продолжилось снижение значений индекса оценок материального положения семей (в 2008 г. значение индекса -1,7, в 2010 г. -5,4, в 2011 г. -7,1) и индекса изменений материального положения семей за год (в 2008 г. значение индекса 5,9, в 2010 г. -15,5, в 2011 г. -14,7).

Как показывают данные проводимых мониторингов, на протяжении ряда лет одной из наиболее актуальных и волнующих проблем для белорусских семей являются цены на продукты и товары первой необходимости. В 2002 году напряженность по данной проблеме достигала пика – практически для 95 % белорусских семей это была «большая тема», по мере стабилизации ситуации в стране к 2006 году данная проблема волновала уже только каждую вторую семью (50 %), а в нынешней ситуации ее актуальность вновь начала возрастать – весной 2011 г. 56,8 % белорусского населения волновали цены на продукты и товары первой необходимости, 29,5 % инфляция. По данным Белстата

и социологических мониторингов изменение уровня жизни белорусских граждан имело положительную динамику вплоть до 2011 года. Однако официальные статистические данные показывают отрицательное изменение реальной заработной платы и пенсий в 2011 году (август) по сравнению с аналогичным периодом 2010 года, которое составило 96,1 % и 90,0 % для зарплат и пенсий, соответственно. Девальвация и введение единого курса белорусского рубля значительно снизили покупательную способность белорусских граждан. Проведенный анализ выявил, что в Беларуси в современной ситуации происходит снижение всех основных компонентов индекса потребительской уверенности, что обусловит изменения потребительского поведения населения. Население начинает задумываться, что и как потреблять, а цены на продукты и товары первой необходимости, стоимость минимальной потребительской корзины стоит на первых ранговых позициях среди волнующих население проблем.