

ПОТРЕБИТЕЛИ С НОВА ПОЛНЫ ПЕССИМИЗМА

ПОСЛЕ НЕДОЛГОГО ПЕРИОДА ОПТИМИЗМА И НАДЕЖД ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ В 2019 ГОДУ ПОЛНЫ ПЕССИМИЗМА. В ЦЕЛОМ РОССИЙСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ СЧИТАЮТ, ЧТО С НАЧАЛА КРИЗИСА В 2015 ГОДУ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ НЕ УЛУЧШИЛОСЬ. И ЭТО ГЛАВНАЯ ПРИЧИНА, ПОЧЕМУ ПОТРЕБИТЕЛЬ ВНОВЬ ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В КРИЗИСЕ. ДЕНИС КОЖИН

Такие данные содержатся в исследовании компании GfK. По данным этого исследования, худшие показатели настроений российского потребителя отмечались в 2015 году: на этот период пришелся пик экономического кризиса. Они заметно улучшились в период выхода из кризиса в 2017 году, но вновь ухудшились в 2019 году. По итогам замеров во втором квартале 2019 года Индекс потребительских настроений составил 96 пунктов из 200 возможных. Чуть выше показатели индекса в Москве, где он составил 99 пунктов, но и здесь ситуация видится потребителю как стагнирующая.

Александр Демидов, генеральный директор (CEO) GfK Rus, комментирует результаты исследования: «Понятно, что в пик кризиса в 2015-м потребительские настроения были на самом низком уровне. В 2017 году у россиян появилась надежда на улучшение ситуации, но к 2019 году выяснилось, что на потребительском уровне она не реализовалась: доходы населения продолжали падать, покупательная способность — снижаться. Сегодня потребитель ощущает, что кризис еще продолжается и будет продолжаться длительное время».

Так, на вопрос о том, как изменилось материальное состояние за последние



РОССИЯНЕ НЕ ГОТОВЫ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ ОПЛАТЫ КОММУНАЛЬНЫХ РАСХОДОВ, ПОКУПКИ ЛЕКАРСТВ, ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, ОТ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

12 месяцев, в 2015 году только 11% ответили, что оно улучшилось, 39% ответили, что ухудшилось. В 2017 году доля тех, чье «положение улучшилось», выросла до 16% и осталась на том же уровне в 2019 году. По итогам исследования в 2019 году 29%

отметили, что «положение ухудшилось». Надежды на улучшение материального положения в будущем в 2015 году выразили 17% населения, в 2017 году — 26%, а в 2019 году их доля вновь снизилась до 23%.

Аналогичная картина и с оценкой экономических условий в стране в следующие 12 месяцев. Самые низкие показатели были в 2015 году, они улучшились в 2017-м и вновь просели в 2019-м. В 2019 году 33% опрошенных россиян сообщили, что считают экономические условия в стране плохими. Хорошими их считают 27% участников исследования. И даже среднесрочные перспективы национальной экономики на ближайшие пять лет видятся участниками исследования пессимистично. Почти каждый четвертый (24%) считает, что ситуация в национальной экономике может ухудшиться в ближайшие пять лет.

Интересно, что в 2015 году доля тех, кто сообщил «кризис коснулся меня лично», был ниже (43%), чем в 2017 и 2019 годах (55 и 53%). Вероятно, происходит накопление усталости потребителей, а также количества тех, кого кризис затронул, и этот процесс продолжается.

В 2015 году 29% россиян полагали, что кризис продлится долго — четыре года и более. Большая же часть населения счи-

тала, что кризис закончится раньше и все восстановится. Однако эти надежды не сбылись, и в 2019 году большая часть населения полагает, что последствия кризиса будут продолжаться еще длительное время. Выросла и готовность россиян быстро реагировать на потенциальное ухудшение экономических условий. Так, в 2017 и 2019 годах даже больше россиян, чем в 2015 году, сообщили, что в случае ухудшения материального положения были бы готовы отказаться от дорогостоящих покупок и сервисов — от покупки недвижимости, автомобиля, ювелирных украшений, посещения баров и ресторанов, путешествий. Россияне не готовы отказываться от оплаты коммунальных расходов, покупки лекарств, продуктов питания, от мобильной связи и образовательных услуг.

Измерение настроений российского потребителя проводится на основе данных Индекса потребительских настроений, который складывается из оценок потребителями состояния национальной экономики и ожиданий в отношении ее развития на ближайшие 12 месяцев, оценок собственного финансового состояния сейчас и ожиданий на ближайшие 12 месяцев, а также из оценок целесообразности крупных покупок в текущий момент. ■

МИКРОКРЕДИТЫ СТАЛИ ПОПУЛЯРНЕЕ В МАЕ

СПРОС НА ЗАЙМЫ ДО ЗАРПЛАТЫ ПОСЛЕ МАЙСКИХ ПРАЗДНИКОВ УВЕЛИЧИЛСЯ НА 20%. ПРИ ЭТОМ ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО К ТАКОМУ РЕЗУЛЬТАТУ «ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ОТПУСК» РОССИЯН ПРИВОДИТ ЕЖЕГОДНО, ОДНАКО СРЕДНЯЯ СУММА МИКРОКРЕДИТОВ В ЭТОМ ГОДУ ВЫРОСЛА. ДЕНИС КОЖИН

Такие данные приводит микрофинансовая организация Smart Credit. В середине мая компания зафиксировала рост выданных займов на 20% по сравнению с мартом и апрелем. Основное количество запросов в МФО пришлось на последний день праздников и два первых рабочих дня.

Аналитики Smart Credit подчеркивают, что майский рост коротких займов на 15–20% наблюдается ежегодно. Однако в этом году средняя сумма микрокредита несколько увеличилась: если в мае 2018 года она составляла 10,5 тыс. рублей, то в мае 2019 года — уже 11,8 тыс. рублей. Рекордная средняя сумма микрокредита — 13 тыс. рублей — была зафиксирована в этом году в Республике Мордовия. Меньше всего потратились за праздники жители Липецкой области: им до зарплаты потребовалось в среднем 5,4 тыс. рублей.

«Майские праздники — это общие капризы россиян и настоящий бум трат, — говорит Фарид Валюева, генеральный директор компании Smart Credit. — Все устают от долгой зимы, так что 1 мая срабатывает своеобразная пружина и люди начинают в бешеном ритме «жить на всю катушку». Мы смотрим на это через призму микрокредитования и видим, что людям часто не хватает заранее отложенных денег, ведь на отдыхе так не хочется экономить. И мы традиционно наблюдаем перерасход личных средств и рост выданных займов».

О тратах на отдых говорят и цели микрокредитов, оформленных до майских праздников. Правда, они показывают, что несмотря на всеобщую любовь к путешествиям, основная часть заемщиков все же провела длинные выходные на даче. По

данным компании на 30 апреля, на покупку товаров для сада и огорода было взято 60% займов; на отпуск — 22%; на ремонт — 12%; остальные 6% — другие личные нужды.

При этом, как отмечают в Smart Credit, в первом квартале 2019 года уровень просрочки у клиентов МФО вырос на 25%. Год назад данные компании свидетельствовали, что проблема действительно существует. Уровень просрочки среди различных категорий заемщиков варьировался от 19 до 23%. В первом квартале 2018 года у старшего поколения (от 55 лет) показатель просрочки составлял 19%. У категории «до 35 лет» — 23%;

В первом квартале 2019 года ситуация усугубилась. Так, в категории «от 55 лет» показатель составил 24%, что на 25% выше, чем за аналогичный период про-

шлого года. У молодежи — 25%, что на 9% выше, чем в 2018 году. Как и год назад, основными причинами, по которым возникает просрочка, стали задержка зарплаты, увольнение с работы, потеря дополнительного заработка и выход на больничный.

Госпожа Валюева говорит: «Большинство наших клиентов-должников задерживают выплаты на короткий период (от нескольких дней до одной недели). Чаще всего это связано именно с задержкой зарплаты на предприятии. Несмотря на существование проблемы с просрочкой, мы все равно отмечаем положительную динамику. Так, доля клиентов, которые задерживают платежи более чем на месяц, значительно меньше, а уровень просрочки здесь не превышает 11% по всем возрастным категориям наших клиентов». ■