

**САМООЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНОГО
ПОЛОЖЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ**

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РОССИИ

- ▼ За два последних месяца оценки экономического положения России несколько ухудшились: доля негативных отзывов выросла с 35 до 39% (рис. 31 – 32).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. также наблюдаются негативные тенденции: удельный вес положительных характеристик снизился с 11 до 8%.

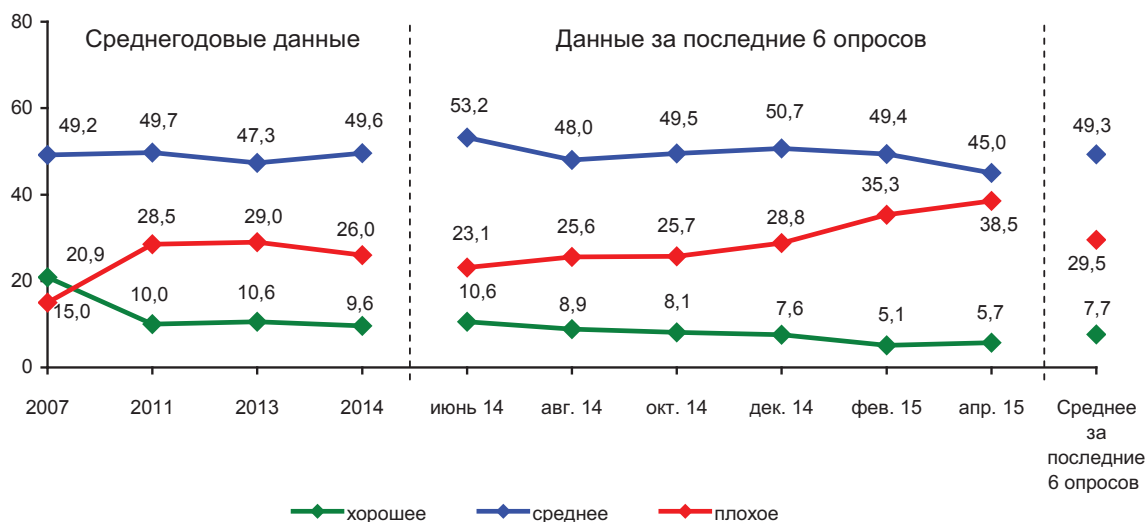


Рис. 31. Оценка населением экономического положения России (в % от числа опрошенных)

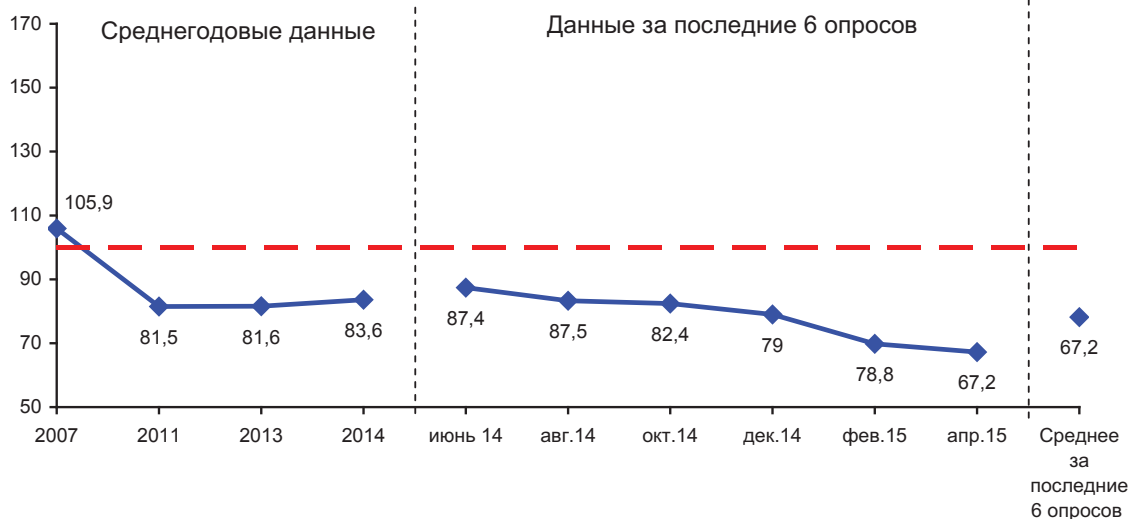


Рис. 32. Динамика индекса экономического положения России (в пунктах)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

- В апреле 2015 г. суждения относительно экономического положения области остались на уровне февраля т.г. Удельный вес отрицательных характеристик составил 45 – 46%, положительных – 4 – 5% (рис. 33 – 34).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. **отмечается негативная динамика оценок.** Доля людей, полагающих, что экономическое положение региона «хорошее», сократилась с 9 до 6%, удельный вес противоположных мнений увеличился с 36 до 40%.

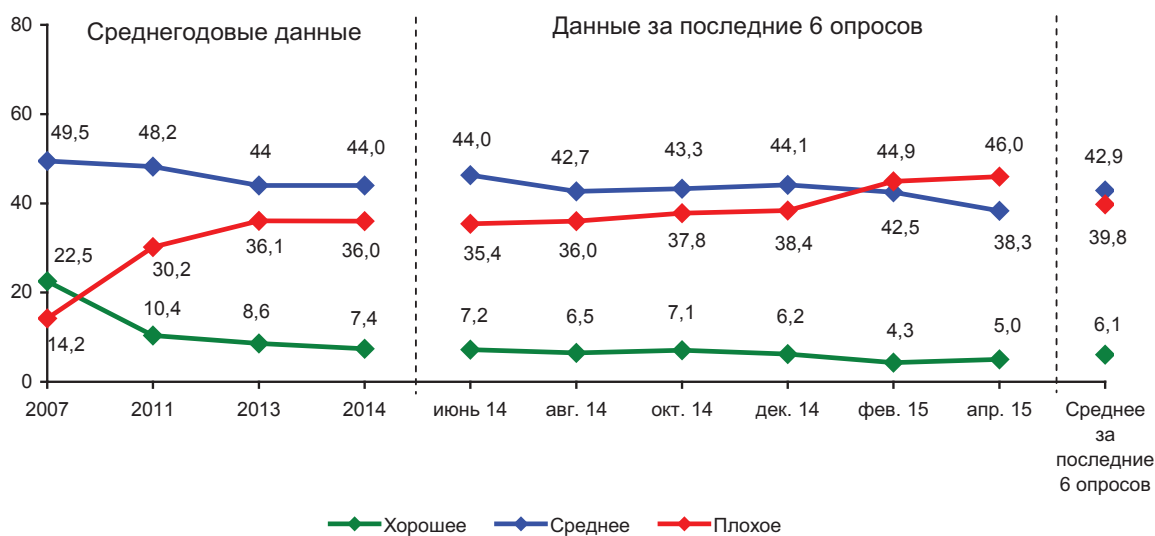


Рис. 33. Оценка населением экономического положения области (в % от числа опрошенных)

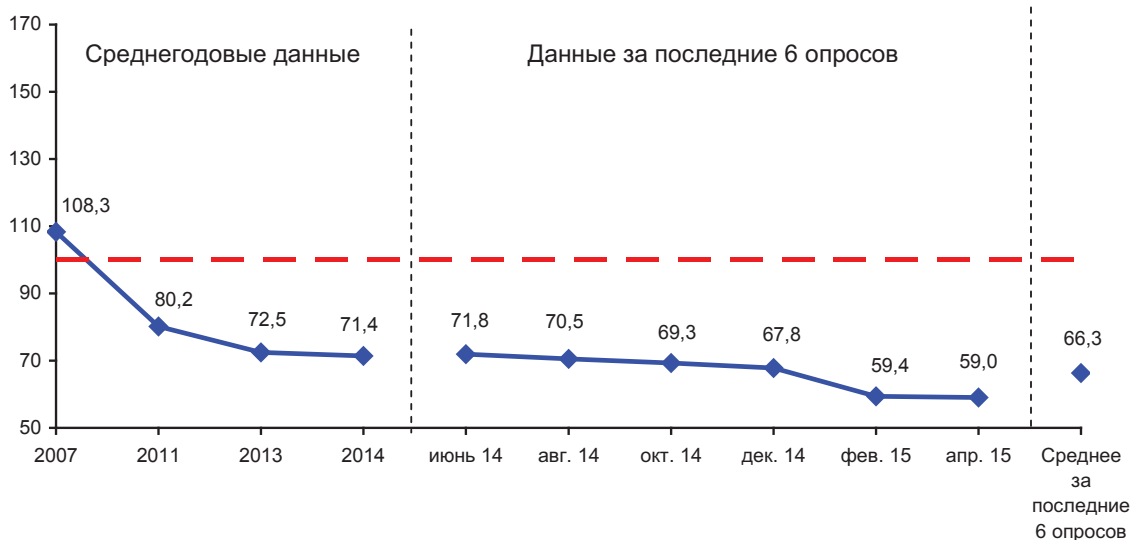


Рис. 34. Динамика индекса экономического положения области (в пунктах)

УРОВЕНЬ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

- ▲ За период с февраля по апрель 2015 г. **размер фактического дохода вырос во всех доходных группах** (на 296, 402 и 205 руб. соответственно). Среди 20% наиболее обеспеченных увеличилось соотношение фактического дохода и прожиточного минимума (в 0,1 раза; табл. 8).
- ▲ ▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. **представители всех доходных групп также отметили рост фактического дохода** (на 651, 979 и 2199 руб. соответственно). **В то же время соотношение фактического дохода с прожиточным минимумом снизилось среди 60% среднеобеспеченных и 20% наиболее обеспеченных жителей области** (в 0,1 и 0,2 раза соответственно).

Таблица 8. Соотношение фактического дохода на одного члена семьи и прожиточного минимума (раз, в распределении по доходным группам)

Доходные группы	2007	2011	2013	2014	Июнь 2014	Авг. 2014	Окт. 2014	Дек. 2014	Фев. 2015	Апр. 2015	Среднее за последние 6 опросов	Изменение (+/-), Среднее за последние 6 опросов к		
												2013	2011	2007
<i>Фактический доход в среднем по области, руб.</i>														
	5440	9363	11319	12538	12269	12682	12435	12480	12329	12670	12478	+1159	+3115	+7038
<i>Фактический доход по доходным группам, руб.</i>														
20% наименее обеспеченных	2086	3905	4531	5191	5049	5310	5215	5034	5094	5390	5182	+651	+1277	+3096
60% средне-обеспеченных	4633	8425	10112	11187	10603	11402	10937	11215	10992	11394	11091	+979	+2666	+6458
20% наиболее обеспеченных	11218	17637	21730	23937	24473	23895	24147	23726	23564	23769	23929	+2199	+6292	+12711
<i>Прожиточный минимум, руб.</i>														
	3765	6514	7270	8039	7953	8503	8503	8328	8578	8578	8407	+1137	+1893	+4642
<i>Соотношение фактического дохода и прожиточного минимума в среднем по области, раз</i>														
	1,4	1,4	1,6	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5	-0,1	+0,1	+0,1
<i>Соотношение фактического дохода и прожиточного минимума по доходным группам, раз</i>														
20% наименее обеспеченных	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0	0	0
60% средне-обеспеченных	1,2	1,3	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	-0,1	0	+0,1
20% наиболее обеспеченных	3,0	2,7	3,0	3,0	3,1	2,8	2,8	2,8	2,7	2,8	2,8	-0,2	+0,1	-0,2

ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

- ▼ За два последних месяца произошли неблагоприятные изменения в структуре покупательной способности доходов населения: доля тех, кому «денег хватает в лучшем случае на еду», увеличилась с 38 до 42%, удельный вес жителей области, для которых «покупка различных товаров не вызывает трудностей», уменьшился с 11 до 7% (рис. 35 – 36).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. также наблюдаются негативные тенденции: доля отрицательных суждений увеличилась с 32 до 37%.

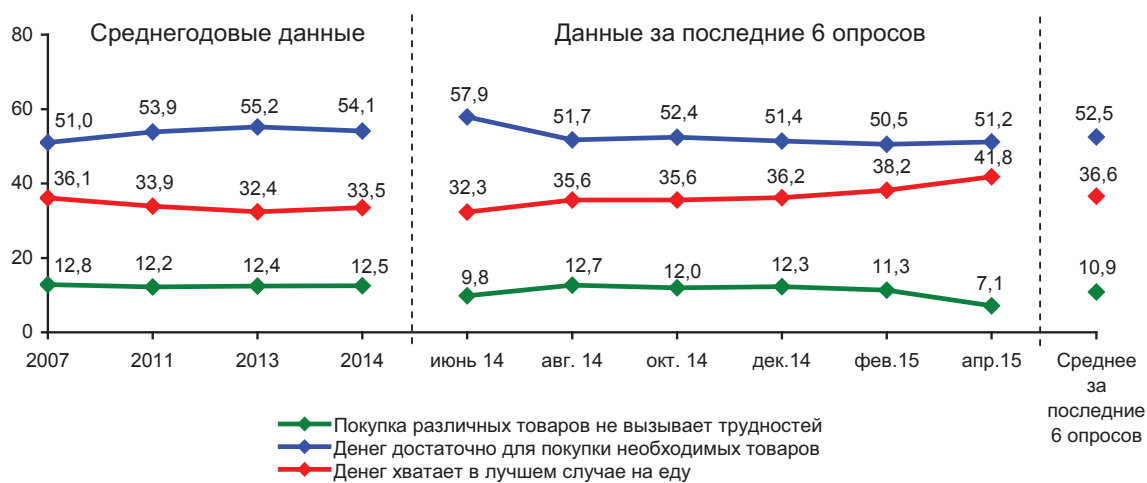


Рис. 35. Оценка покупательной способности доходов населения (в % от числа опрошенных)*

* Распределение ответов на вопрос «Какая из приведенных ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?»

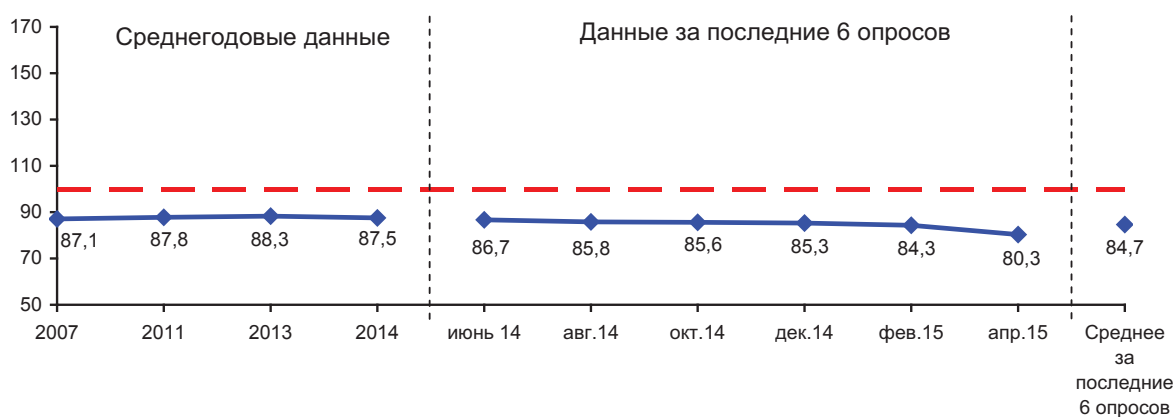


Рис. 36. Динамика индекса покупательной способности доходов населения (в пунктах)*

* Для расчёта индекса доля ответов «Денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать», умножается на 200, ответов «Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор) не вызывает трудностей, однако покупка автомашины сейчас недоступна», – на 150, «Денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды, однако более крупные покупки приходится откладывать на потом» – на 100, «Денег хватает только на приобретение продуктов питания» – на 50. Сумма этих произведений делится на 100.

СОЦИАЛЬНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ

● За период с февраля по апрель 2015 г. структура социальной самоидентификации жителей Вологодской области существенно не изменилась. Доля людей «среднего достатка» составляет 37 – 38%, «бедных» и «нищих» – 52 – 53% (рис. 37 – 38).

▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. произошло ухудшение суждений: доля «бедных и нищих» увеличилась с 47 до 51%, удельный вес людей «среднего достатка» снизился с 44 до 41%.

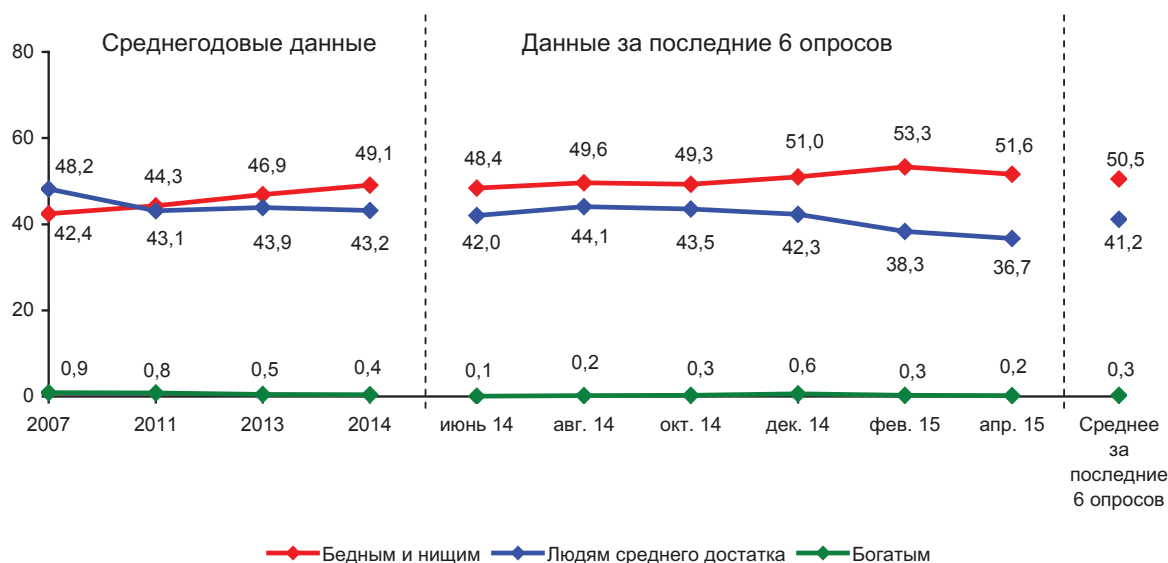


Рис. 37. Динамика социальной самоидентификации населения (в % от числа опрошенных)*

* Распределение ответов на вопрос «К какой категории Вы себя относите?»

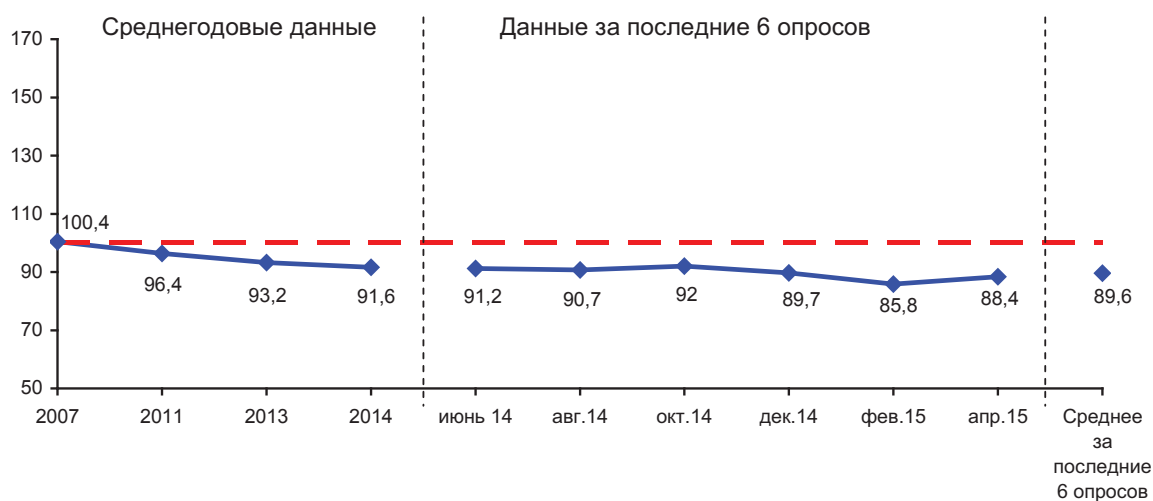


Рис. 38. Динамика индекса социальной самоидентификации населения (в пунктах)

СОЦИАЛЬНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУППАХ

- ▲ За период с февраля по апрель 2015 г. структура социальной самоидентификации улучшилась в большинстве социально-демографических групп. Наиболее благоприятные изменения произошли среди людей, имеющих неполное среднее либо среднее образование, а также среди 20% наименее обеспеченных жителей (индекс вырос на 11 п.: с 73 до 84 п. и с 61 до 72 п. соответственно; табл. 9).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов по сравнению с 2013 г. в большинстве социальных групп зафиксирована негативная динамика социальной самоидентификации (индекс снизился на 1 – 8 п.).

Таблица 9. Динамика индекса социальной самоидентификации в различных социальных группах населения (в пунктах)*

Категория населения	2007	2011	2013	2014	Июнь 2014	Авг. 2014	Окт. 2014	Дек. 2014	Фев. 2015	Апр. 2015	Среднее за последние 6 опросов	Изменение (+/-), среднее за последние 6 опросов к		
												2013	2011	2007
<i>Пол</i>														
Мужской	103,4	98,0	95,3	91,5	92,2	90,2	90,6	90,6	86,7	86,2	89,4	-6	-9	-14
Женский	98,2	95,4	91,5	91,5	90,3	91,0	93,2	89,2	85,1	90,4	89,9	-2	-6	-8
<i>Возраст</i>														
До 30 лет	110,8	102,2	98,7	97,1	97,3	101,7	95,8	92,1	91,0	88,0	94,3	-4	-8	-17
30-55 лет	103,2	97,3	94,0	91,8	91,5	91,2	91,8	87,7	83,6	87,4	88,9	-5	-8	-14
Старше 55 лет	87,0	90,2	88,1	87,6	86,3	82,1	89,9	91,0	85,4	90,2	87,5	-1	-3	+1
<i>Образование</i>														
Н/среднее и среднее	87,9	85,4	82,3	80,0	79,1	78,8	85,7	75,4	73,1	84,3	79,4	-3	-6	-9
Среднее специальное	103,4	94,0	91,4	93,6	91,2	95,1	91,5	93,0	89,6	88,8	91,5	0	-3	-12
Н/высшее и высшее	112,3	109,9	106,6	102,5	104,6	99,8	99,5	103,0	95,2	93,0	99,2	-7	-11	-13
<i>Доходные группы</i>														
20% наименее обеспеченных	74,1	72,6	62,5	62,9	63,4	67,6	64,0	56,3	60,5	72,0	64,0	+2	-9	-10
60% средне-обеспеченных	98,5	93,8	92,7	91,0	90,7	88,2	92,3	88,6	86,7	87,8	89,1	-4	-5	-9
20% наиболее обеспеченных	131,3	125,3	127,0	123,5	122,4	121,8	117,9	127,6	113,9	109,1	118,8	-8	-7	-13
<i>Территории</i>														
Вологда	111,7	95,0	92,2	90,8	90,9	91,1	92,5	89,2	84,0	84,9	88,8	-3	-6	-23
Череповец	115,2	111,4	109,9	105,1	104,2	104,3	101,5	101,9	98,7	101,3	102,0	-8	-9	-13
Районы	88,1	89,6	84,8	84,5	84,0	82,7	86,6	83,2	79,6	83,4	83,3	-2	-6	-5

* Для расчёта индекса социальной самоидентификации доля ответов «Богатые» умножается на 200, «Люди среднего достатка» – на 150, «Бедные» – на 50, «Затрудняюсь ответить» – на 100. Сумма этих произведений делится на 100.

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ

- ▼ В период с февраля по апрель 2015 г. значение ИПН уменьшилось на 2,3 пункта и осталось заметно ниже показателей 2014 г. (рис. 39).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов потребительские настроения жителей области ниже уровня 2013 г. на 8,1 пункта (82,2 пункта против 90,3 пункта).

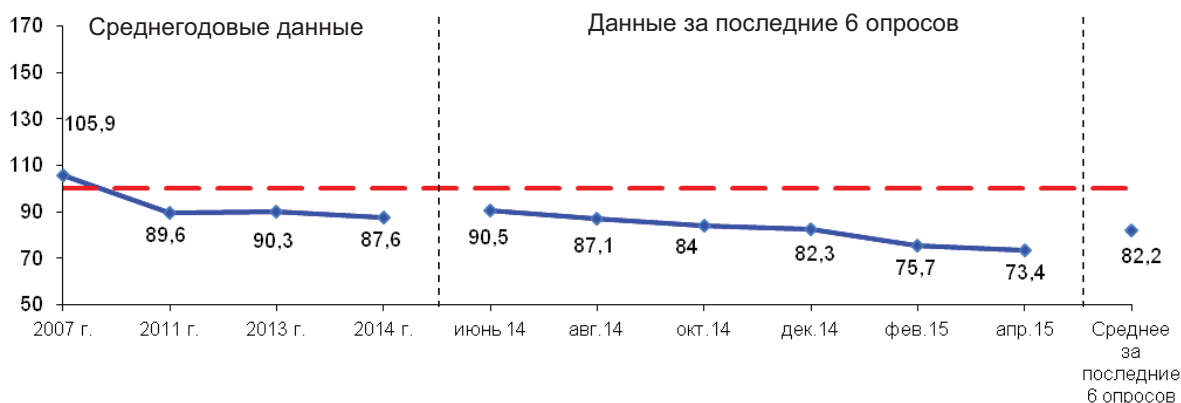


Рис. 39. Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области (в пунктах)*

* 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 или 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»).
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.

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУППАХ НАСЕЛЕНИЯ

- ▼▲ За два последних месяца ИПН снизился во всех социально-демографических категориях населения, кроме представителей 20%-ой группы наименее обеспеченных. В данной группе потребительские настроения стали более благоприятными (индекс вырос на 4 пункта; табл. 10).
- ▼ В среднем за последние 6 опросов во всех социальных группах ИПН ниже уровня 2013 г., а также средних показателей предыдущих лет.

**Таблица 10. Динамика индекса потребительских настроений
в различных социальных группах населения (в пунктах)**

Категория населения	2007	2011	2013	2014	Июнь 2014	Авг. 2014	Окт. 2014	Дек. 2014	Фев. 2015	Апр. 2015	Среднее за последние 6 опросов	Изменение, среднее за последние 6 опросов (+/-) к		
												2013	2011	2007
Пол														
Мужской	107,8	90,3	91,0	87,6	90,1	86,6	82,9	82,6	76,8	72,3	81,9	-9	-8	-26
Женский	104,4	89,1	89,8	87,6	90,8	87,5	84,9	81,9	74,8	74,2	82,4	-7	-7	-22
Возраст														
До 30 лет	115,2	95,0	94,5	93,0	93,4	94,7	89,3	87,8	82,7	77,5	87,6	-7	-7	-28
30-55 лет	107,1	89,1	91,4	87,5	92,2	86,3	83,1	80,1	73,0	71,7	81,1	-10	-8	-26
Старше 55 лет	95,7	86,0	85,6	84,2	86,1	82,9	81,8	81,6	74,9	73,1	80,1	-6	-6	-16
Образование														
Н/среднее и среднее	100,2	85,6	83,4	80,5	82,5	79,0	78,8	75,0	69,6	71,3	76,0	-7	-10	-24
Среднее специальное	105,9	87,9	88,7	86,9	89,5	86,5	82,2	82,0	76,9	71,0	81,4	-7	-7	-25
Н/высшее и высшее	113,1	95,6	99,2	96,3	100,2	96,9	92,1	91,0	80,7	78,2	89,9	-9	-6	-23
Доходные группы														
20% наименее обеспеченных	88,2	74,8	71,2	69,8	73,2	66,5	67,8	64,2	58,6	62,6	65,5	-6	-9	-23
60% среднеобеспеченных	105,5	89,0	90,8	87,0	88,5	87,0	83,6	81,9	76,5	73,8	81,9	-9	-7	-24
20% наиболее обеспеченных	124,7	105,3	108,9	107,5	111,3	105,7	103,7	101,2	92,5	84,4	99,8	-9	-6	-25
Территории														
Вологда	104,2	90,9	92,3	90,8	94,9	90,8	87,8	84,3	74,7	71,7	84,0	-8	-7	-20
Череповец	114,9	98,9	97,7	95,3	96,8	93,6	90,1	90,0	82,7	81,3	89,1	-9	-10	-26
Районы	102,3	84,4	85,3	81,7	84,6	81,5	78,7	76,9	72,4	69,9	77,3	-8	-4	-25