

**САМООЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНОГО  
ПОЛОЖЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ**

---

## УРОВЕНЬ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

- За два последних месяца соотношение фактического дохода и прожиточного минимума существенно не изменилось во всех доходных группах. Среди 20% наименее обеспеченных респондентов это соотношение составляет 0,7 раза, в группе 60% среднеобеспеченных жителей области – 1,3 раза, в категории 20% наиболее обеспеченных жителей региона – 2,4 раза (табл. 6).
- ▲ За период с августа 2020 по июнь 2021 г. во всех доходных группах наблюдался рост соотношения фактического дохода и прожиточного минимума (на 0,1–0,2 раза).
- ▼ В июне 2021 г. по сравнению с 2012 г. наблюдалось увеличение размера фактического дохода во всех доходных группах. Однако в 20%-й группе наиболее обеспеченных снизилось соотношение фактического дохода и прожиточного минимума (на 0,6 раза).

**Таблица 6. Соотношение фактического дохода на одного члена семьи и прожиточного минимума (в распределении по доходным группам)**

Доходная группа	2012	2015	2018	2019	2020	Авг. 2020	Окт. 2020	Дек. 2020	Фев. 2021	Апр. 2021	Июнь 2021	Изменение (+/-), июнь 2021 к		
												апр. 2021	авг. 2020	2012
<i>Доход на одного члена семьи, руб.</i>														
20% наименее обеспеченных	4330	5430	6602	7792	7546	6765	7778	7560	7422	7988	8633	+645	+1868	+4303
60% средне-обеспеченных	9293	11708	13251	14113	14031	13860	14004	14298	14378	15346	16090	+744	+2230	+6797
20% наиболее обеспеченных	19907	23624	27433	28267	28207	27463	27381	29231	29198	28003	27676	-327	+213	+7769
Среднее по области	10425	12837	14757	15686	15570	15163	15436	15937	15952	16405	16918	+513	+1755	+6493
Прожиточный минимум, руб.*	6563	9639	10658	11042	11509	11767	11767	11811	11767	11767	11767	0	0	+5204
<i>Соотношение дохода на одного члена семьи и прожиточного минимума по доходным группам, раз</i>														
20% наименее обеспеченных	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0	+0,1	0
60% средне-обеспеченных	1,4	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	0	+0,2	0
20% наиболее обеспеченных	3,0	2,5	2,6	2,6	2,5	2,3	2,3	2,5	2,5	2,4	2,4	0	+0,1	-0,6
Среднее по области	1,6	1,3	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	0	+0,1	-0,2
<b>Итого</b>												<b>2 / 1</b>	<b>3 / 0</b>	<b>3 / 0</b>
<b>Количество изменений размера фактического дохода в доходных группах</b>												<b>0 / 0</b>	<b>3 / 0</b>	<b>0 / 1</b>
<b>Количество изменений соотношения фактического дохода и прожиточного минимума в доходных группах</b>												<b>0 / 0</b>	<b>3 / 0</b>	<b>0 / 1</b>
*Данные о величине прожиточного минимума актуальны на момент проведения мониторинга (источник: постановление Правительства ВО «Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в Вологодской области» // Официальный портал Правительства Вологодской области. URL: <a href="https://vologda-oblast.ru">https://vologda-oblast.ru</a> )														

### САМООЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

- В июне 2021 г., как и в апреле 2021 г., примерно треть жителей области негативно характеризует материальное положение своей семьи (32%), доля положительных отзывов составляет лишь 7% (рис. 18). Наиболее распространены нейтральные отзывы (48–49%). Самооценки материального положения соответствуют уровню августа 2020 г.
- ▼ В июне 2021 г. по сравнению с 2012 г. оценки материального благополучия семей остаются менее благоприятными.

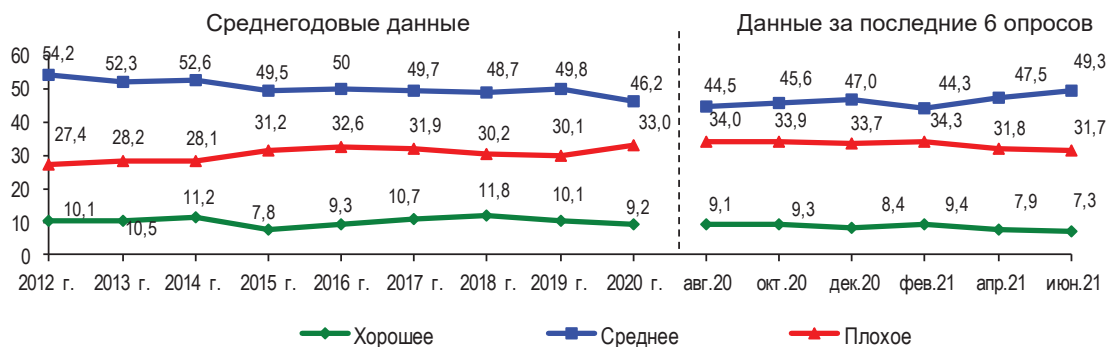


Рис. 18. Оценка населением личного материального положения (в % от числа опрошенных)

### ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

- В апреле – июне 2021 г. суждения населения относительно покупательной способности доходов не изменились: удельный вес жителей области, которым денег хватает в лучшем случае на еду, составляет 38%; доля людей, для которых покупка различных товаров не вызывает трудностей, находится на отметке 12% (рис. 19).
- ▲ Оценки покупательной способности доходов в июне 2021 г. выше по сравнению с августом 2020 г.
- ▼ По сравнению с уровнем 2012 г. ситуация выглядит менее благоприятной.



Рис. 19. Оценка покупательной способности доходов населения (в % от числа опрошенных)\*

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

## СОЦИАЛЬНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ

- В июне 2021 г., как и двумя месяцами ранее, почти каждый второй житель области позиционирует себя как «бедный» и «нищий» (47%), удельный вес людей «среднего достатка» составляет 42% (рис. 20). Показатели социальной самоидентификации населения соответствуют уровню августа 2020 г. и среднегодовым данным 2012 г.



Рис. 20. Динамика социальной самоидентификации населения (в % от числа опрошенных)\*

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

## ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РОССИИ

- За два последних месяца оценки экономического положения России существенно не изменились и сохранились на уровне августа 2020 г.: 30% жителей области характеризуют экономическое положение России как «плохое», позитивные оценки даёт один из десяти респондентов (11%; рис. 21).
- По сравнению с показателями 2012 г. суждения относительно экономической ситуации в стране остаются менее благоприятными: доля негативных оценок составляет 30% против 26% соответственно.

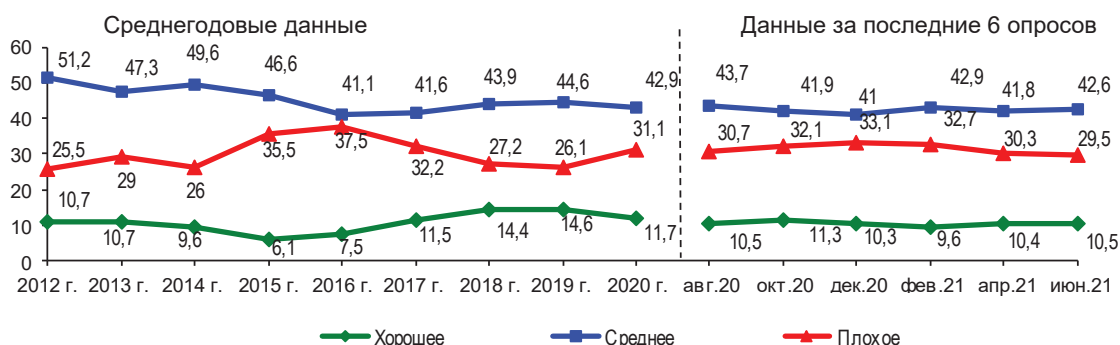


Рис. 21. Оценка населением экономического положения России (в % от числа опрошенных)

## ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

- В апреле – июне 2021 г. доля негативных оценок экономического положения области составляет 34–35%, приблизительно один из десяти респондентов придерживается противоположного мнения (10–11%; *рис. 22*). Суждения населения относительно экономической ситуации в регионе сохраняются на уровне августа 2020 г. При этом доля негативных оценок по-прежнему выше, чем в 2012 г. (35% против 29%).

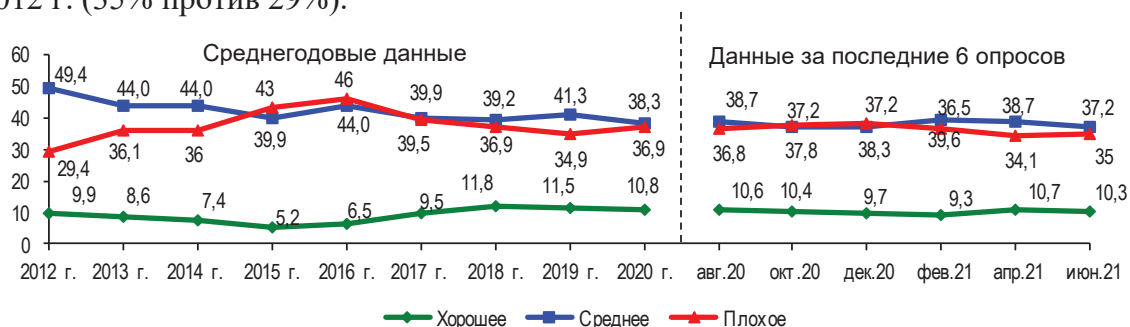


Рис. 22. Оценка населением экономического положения области (в % от числа опрошенных)

## ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ

- За период с апреля по июнь 2021 г. потребительские настроения жителей Вологодской области не изменились: соответствующий индекс составляет 83 п. (*рис. 23*). При этом он по-прежнему ниже уровня августа 2020 г. (на 3 п.) и показателя 2012 г. (на 9 п.).

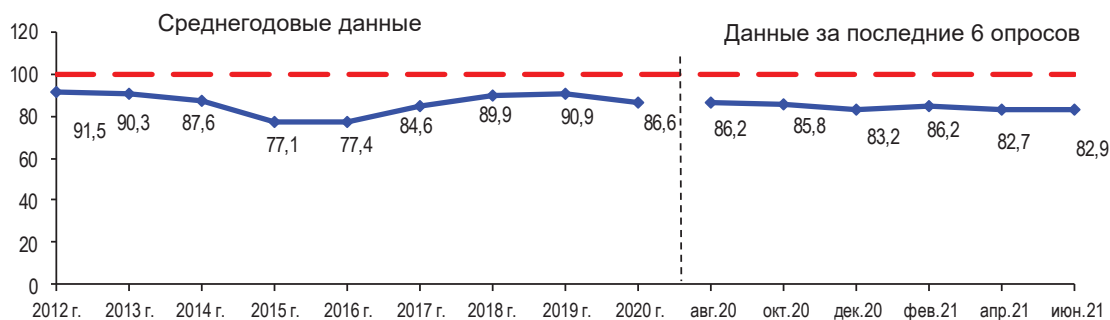


Рис. 23. Динамика индекса потребительских настроений (в пунктах) \*

\* 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, хуже или примерно таким же, как сейчас? (варианты ответов: «будет лучше», «будет хуже», «будет таким же»).
  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 частных индексов даёт совокупную величину – индекс потребительских настроений.

## ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУППАХ НАСЕЛЕНИЯ

- За период с апреля по июнь 2021 г. в большинстве социально-демографических групп потребительские настроения не изменились (в 10-ти). Существенное снижение наблюдалось в возрастной группе до 30 лет (на 8 п., с 90 до 82 п.; табл. 7).
- ▼ За период с августа 2020 по июнь 2021 г. в большинстве социально-демографических категорий отмечаются негативные изменения. Наиболее существенная негативная динамика фиксируется в возрастной группе до 30 лет (на 12 п., с 94 до 82 п.), в 20%-й группе наименее обеспеченных (на 12 п., со 106 до 94 п.), а также в Вологде (на 10 п., с 86 до 76 п.).
- ▼ В июне 2021 г. по сравнению с 2012 г. потребительские настроения заметно ухудшились во всех социально-демографических группах населения.

**Таблица 7. Динамика индекса потребительских настроений в различных социально-демографических группах населения (в пунктах)**

Категория населения	2012	2015	2018	2019	2020	Авг. 2020	Окт. 2020	Дек. 2020	Фев. 2021	Апр. 2021	Июнь 2021	Изменение (+/-) июнь 2021 к		
												апр. 2021	авг. 2020	2012
<i>Пол</i>														
Мужской	92,2	76,8	90,9	91,1	86,5	84,9	86,3	83,7	84,6	83,0	81,2	-2	-4	-11
Женский	91,0	77,3	89,1	90,8	86,6	87,2	85,4	82,8	85,2	82,4	84,2	+2	-3	-7
<i>Возраст</i>														
До 30 лет	97,0	82,9	93,9	97,4	89,6	94,1	88,7	80,5	88,8	89,8	82,3	-8	-12	-15
30-55 лет	91,9	75,2	90,5	91,6	87,1	85,4	87,1	84,1	86,2	84,1	85,5	+2	+1	-6
Старше 55 лет	86,3	76,0	87,1	87,2	84,6	83,9	82,9	83,3	81,8	78,4	79,8	+2	-4	-7
<i>Образование</i>														
Н/среднее и среднее	84,9	73,6	83,3	85,9	84,0	82,1	84,5	82,1	81,1	78,3	74,7	-3	-7	-10
Среднее специальное	90,2	76,9	92,4	92,9	86,7	86,6	86,3	82,5	86,1	80,7	84,1	+3	-3	-6
Н/высшее и высшее	98,8	81,1	93,5	93,7	89,0	89,7	86,6	85,4	87,6	90,3	89,5	0	0	-9
<i>Доходные группы</i>														
20% наименее обеспеченных	77,6	62,5	71,8	74,3	69,9	70,7	71,6	67,4	75,8	70,3	72,3	+2	+1	-5
60% средне-обеспеченных	90,3	77,0	91,1	90,3	87,4	86,2	87,0	83,5	83,1	83,2	82,0	-1	-4	-8
20% наиболее обеспеченных	107,5	91,0	104,3	106,4	100,4	105,9	95,1	95,0	100,1	90,7	93,9	+3	-12	-14
<i>Территории</i>														
Вологда	93,6	75,9	85,8	89,1	85,0	86,2	82,2	79,6	78,8	75,2	75,8	+1	-10	-18
Череповец	100,2	83,3	90,1	93,1	87,3	87,6	86,2	84,0	86,0	86,5	86,6	0	-1	-14
Районы	86,2	74,2	92,0	90,7	87,1	85,3	87,7	84,8	87,8	84,8	84,7	0	-1	-2
<b>Область</b>	<b>91,5</b>	<b>77,1</b>	<b>89,9</b>	<b>90,9</b>	<b>86,6</b>	<b>86,2</b>	<b>85,8</b>	<b>83,2</b>	<b>84,9</b>	<b>82,7</b>	<b>82,9</b>	<b>0</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>
<b>ИТОГО</b> количество изменений во всех группах												<b>2 / 2</b>	<b>0 / 10</b>	<b>0 / 14</b>