

**ОЦЕНКИ ЖИТЕЛЯМИ ОБЛАСТИ
СОСТОЯНИЯ СВОЕГО
МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ
И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

САМООЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

- В феврале–декабре 2020 г. примерно треть жителей области негативно оценивает материальное положение своей семьи (31–34%), доля положительных отзывов равняется 8–10% (рис. 1).
- В целом в 2020 г. оценки сохранились на уровне 2019 г.: удельный вес тех, кто характеризует свое материальное положение как «плохое», достигает 30–33%, доля противоположных отзывов – 9–10%.

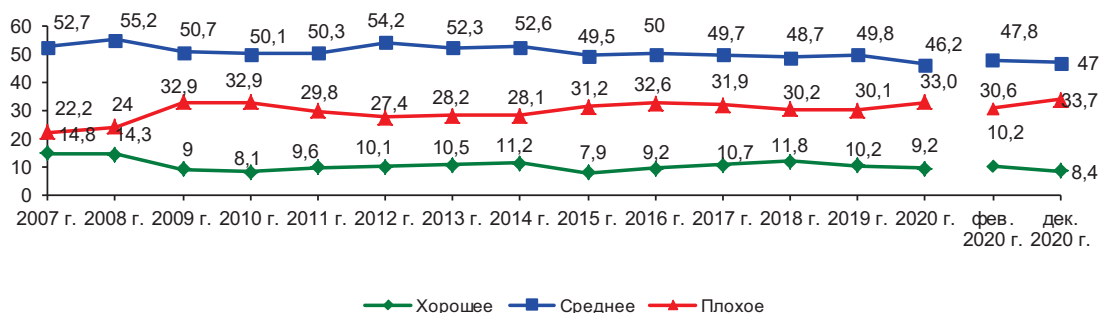


Рис. 1. Оценка населением личного материального положения (в % от числа опрошенных)*

* Значение за 2020 г. в данном разделе – среднее за четыре опроса (февраль, август, октябрь, декабрь). В остальных разделах – среднее за два опроса (февраль и декабрь).

СОЦИАЛЬНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ

- В декабре, как и в феврале 2020 г., каждый второй житель области позиционирует себя как «бедный» и «нищий» (49%), удельный вес людей «среднего достатка» составляет 39–40% (рис. 2).
- ▼ В 2019–2020 гг. к «бедным» и «нищим» себя относит примерно половина населения области (47–49%), при этом доля людей «среднего достатка» несколько сократилась (на 3 п.п., с 42 до 39%).

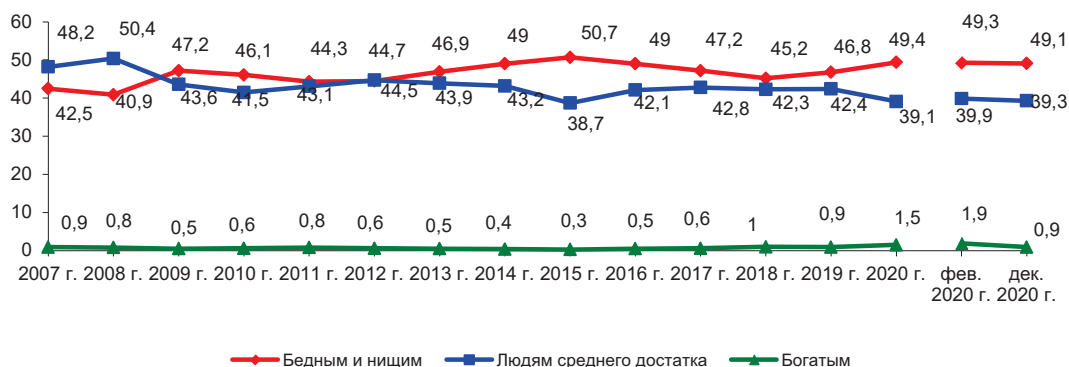


Рис. 2. Динамика социальной самоидентификации населения (в % от числа опрошенных)*

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

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РОССИИ

- ▼ За период с февраля по декабрь т.г. доля негативных отзывов об экономическом положении России выросла на 5 п.п. (с 28 до 33%; *рис. 3*), одновременно на 5 п.п. сократился удельный вес положительных суждений (с 15 до 10%).
- ▼ В 2020 году по сравнению с 2019 г. доля жителей области, оценивающих экономическое положение России как «плохое», выросла на 5 п.п. (с 26 до 31%).

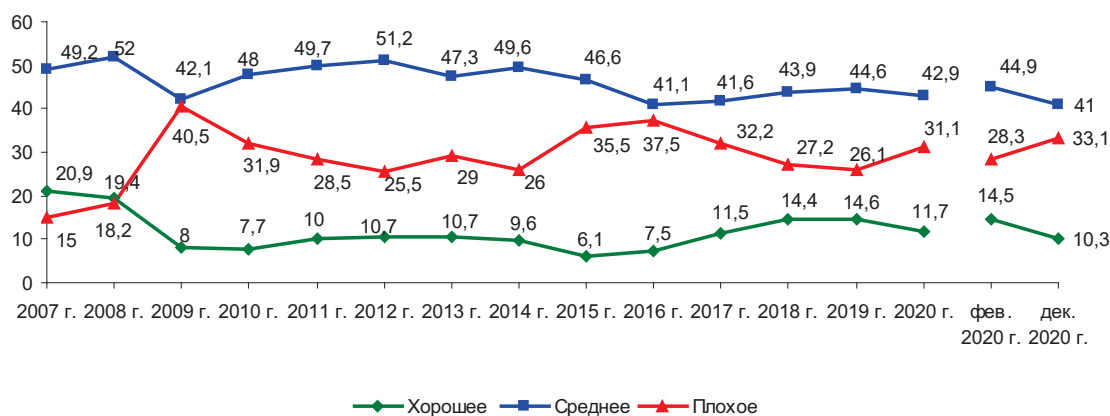


Рис. 3. Оценка населением экономического положения России (в % от числа опрошенных)

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

- ▼ В феврале–декабре 2020 г. несколько увеличилась доля людей, полагающих, что экономическое положение области «плохое» (на 3 п.п., с 35–38%), удельный вес противоположных суждений незначительно снизился (на 3 п.п., с 13 до 10%; *рис. 4*).
- В 2019–2020 гг. удельный вес негативных отзывов составляет 35–37%, позитивных – 11–12%.

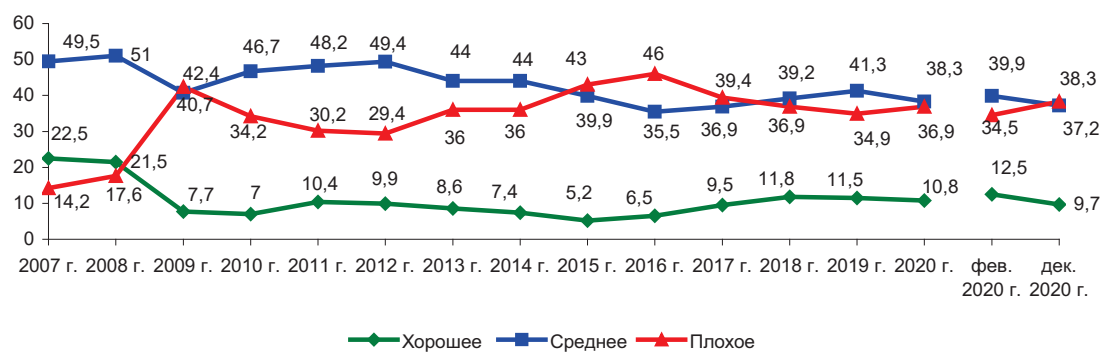


Рис. 4. Оценка населением экономического положения области (в % от числа опрошенных)

ОЦЕНКИ ИЗМЕНЕНИЯ ЛИЧНОГО МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

- ▼ За период с февраля по декабрь 2020 г. наблюдается неблагоприятная динамика оценок изменения личного материального положения: доля жителей области, полагающих, что за последний год их материальное положение ухудшилось, выросла на 6 п.п. (с 24 до 30%; *рис. 5*).
- В 2019–2020 гг. удельный вес положительных мнений составляет 5–7%, доля противоположных отзывов достигает 26–28%.

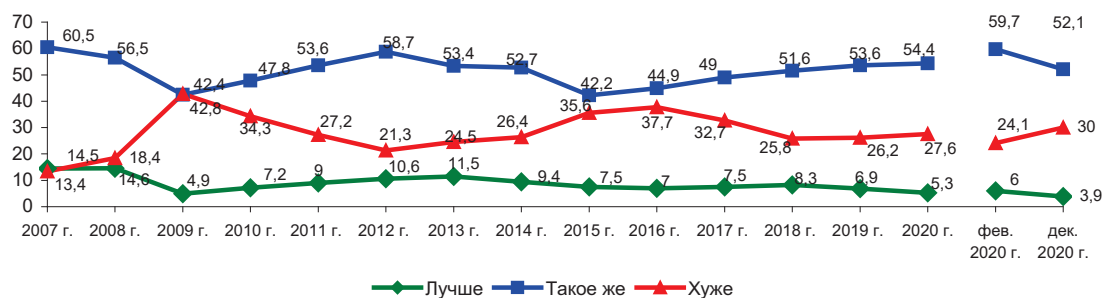


Рис. 5. Как Вы оцениваете свое материальное положение: оно лучше или хуже, чем было год назад? (в % от числа опрошенных)

ОЖИДАНИЯ ИЗМЕНЕНИЯ ЛИЧНОГО МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

- ▼ В декабре прогнозы изменения личного материального положения несколько более пессимистичны, чем в феврале 2020 г.: доля респондентов, полагающих, что их материальное положение ухудшится, увеличилась на 5 п.п. (с 21 до 26%; *рис. 6*).
- В 2020 году, как и в 2019-м, практически каждый четвертый житель области ожидает ухудшения материального положения (22–23%), удельный вес противоположных мнений составляет лишь 6–8 п.п.

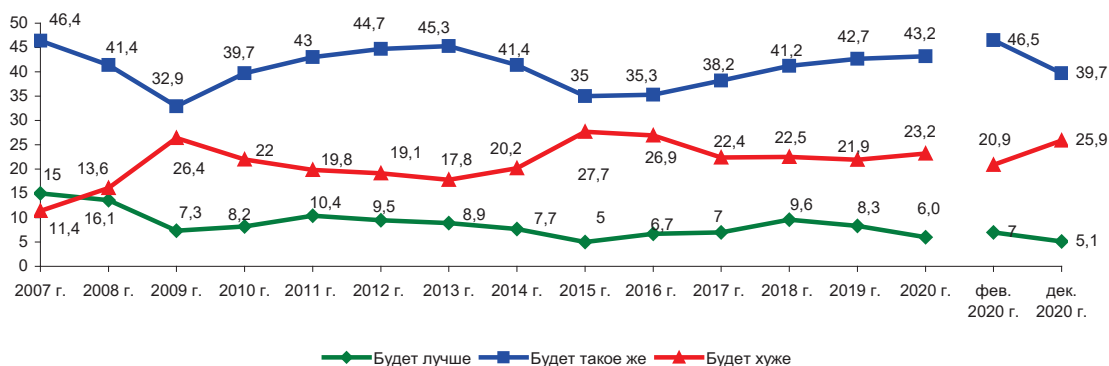


Рис. 6. Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше или хуже или примерно таким же, как сейчас? (в % от числа опрошенных)

ОЦЕНКИ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

- ▼ В декабре по сравнению с февралем 2020 г. суждения о целесообразности приобретения товаров длительного пользования стали более негативными: удельный вес людей, полагающих, что сейчас «плохое» время для того, чтобы делать крупные покупки для дома, повысился на 4 п.п. (с 16 до 20%; *рис. 7*).
- ▼ За период с 2019 по 2020 г. доля позитивных мнений уменьшилась на 5 п.п. (с 24 до 19%).

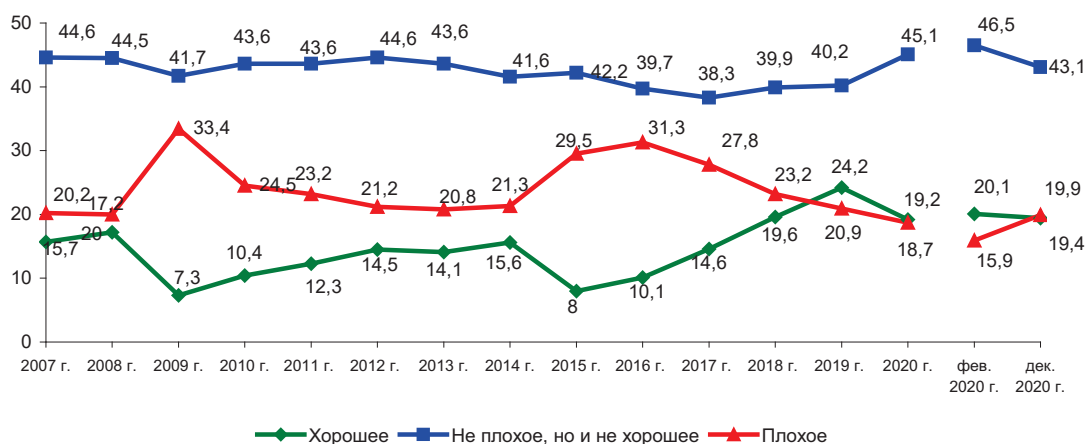


Рис. 7. Если говорить о крупных покупках для дома (таких, как мебель, холодильник, бытовая электроника, телевизор), то, говоря в общем, Вы считаете, что сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы покупать большинство таких вещей?*
(в % от числа опрошенных)

* Данные за февраль каждого года.

ОЖИДАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ОБЛАСТИ В БЛИЖАЙШИЙ ГОД

- ▼ За период с февраля по декабрь 2020 г. существенно увеличилась доля жителей области, полагающих, что ближайшие 12 месяцев будут для экономики России «плохим» временем (на 7 п.п., с 26 до 33%; *рис. 8*).
- ▼ В 2019–2020 гг. также зафиксированы неблагоприятные тенденции: удельный вес негативных мнений повысился на 6 п.п. (с 25 до 31%).

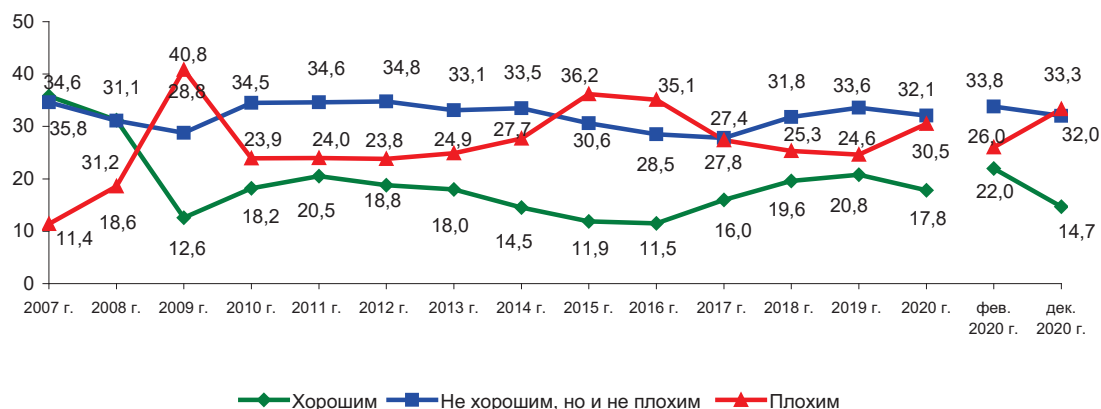


Рис. 8. Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут хорошим временем или плохим или каким-либо еще для экономики России? (в % от числа опрошенных)

* Данные за февраль каждого года.

«Скорее хорошим» – совокупность долей респондентов, выбравших варианты ответа «Хорошим» и «Хорошим, но не во всем».

«Скорее плохим» – совокупность долей респондентов, выбравших варианты ответа «Плохим» и «Плохим, но не во всем».

ОЖИДАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ В БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ

- ▼ Прогнозы пятилетнего развития экономики страны, сделанные жителями области в декабре 2020 г. практически идентичны прогнозам февраля. За период с февраля по декабрь несколько увеличилась доля тех, кто ожидает ухудшения экономической ситуации в России в ближайшие пять лет (на 3 п.п., с 20 до 23%; *рис. 9*).
- В 2020 г. прогнозы пятилетнего развития экономики страны практически идентичны прогнозам 2019 г.: удельный вес положительных суждений составляет 6–8%, отрицательных – 20–22%.

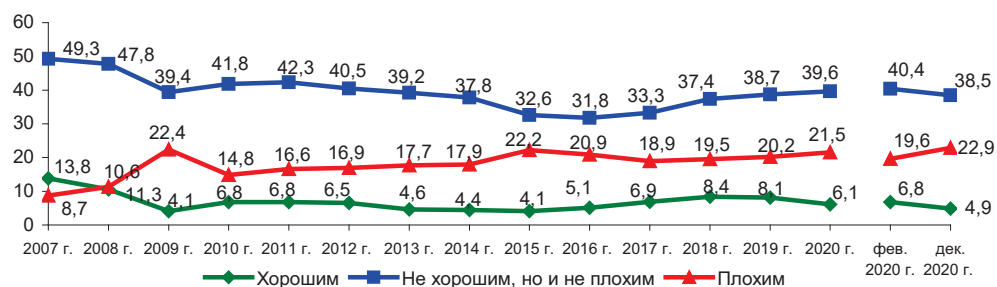


Рис. 9. Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем? (в % от числа опрошенных)

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ

- ▼ За период с февраля по декабрь 2020 г. потребительские настроения жителей Вологодской области ухудшились: соответствующий индекс снизился на 8 п.п. (с 91 до 83 п.; *рис. 10*).
- ▼ В 2019–2020 гг. также зафиксировано снижение индекса потребительских настроений (на 4 п., с 91 до 87 п.).

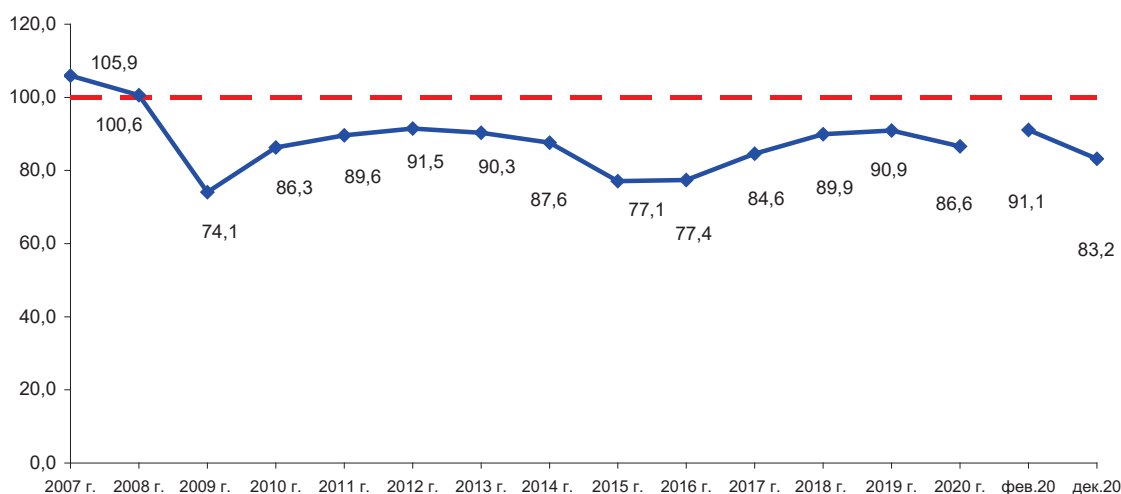


Рис. 10. Динамика индекса потребительских настроений (в пунктах) *

* 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 дает совокупную величину – индекс потребительских настроений.

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУППАХ НАСЕЛЕНИЯ

- ▼ За период с февраля по декабрь 2020 г. во всех социально-демографических группах зафиксирована неблагоприятная динамика потребительских настроений. Наибольшее снижение соответствующего индекса произошло среди жителей области в возрасте до 30 лет (на 14 п., с 95 до 81), в Вологде (на 12 п., с 92 до 80), а также среди 20% наиболее обеспеченных (на 11 п., со 106 до 95; табл. 1).
- ▼ В 2020 году по сравнению с 2019-м негативные изменения отмечаются в большинстве категорий населения (в 12-ти, снижение соответствующего индекса на 3–8 п.). Потребительские настроения сохранились на уровне 2019 г. среди лиц старше 55 лет (85–87 п.), а также среди тех, кто имеет среднее и неполное среднее образование (84–86 п.)

Таблица 1. Динамика индекса потребительских настроений в различных социально-демографических группах населения (в пунктах)

Категория населения	2007	2009	2013	2015	2017	2018	2019	2020	фев. 2020	дек. 2020	Изменение (+ -)	
											дек. 2020 к фев. 2020	2020 к 2019
<i>Пол</i>												
Мужской	107,8	75,9	91,0	76,8	84,9	90,9	91,1	86,5	91,2	83,7	-8	-5
Женский	104,4	75,0	89,8	77,3	84,3	89,1	90,8	86,6	90,9	82,8	-8	-4
<i>Возраст</i>												
До 30 лет	115,2	79,9	94,5	82,9	88,0	93,9	97,4	89,6	95,2	80,5	-14	-8
30-55 лет	107,1	72,7	91,4	75,2	85,1	90,5	91,6	87,1	91,9	84,1	-8	-5
Старше 55 лет	95,7	71,1	85,6	76,0	82,0	87,1	87,2	84,6	88,4	83,3	-5	-2
<i>Образование</i>												
Н/среднее и среднее	100,2	74,0	83,4	73,6	79,1	83,3	85,9	84,0	87,3	82,1	-5	-2
Среднее специальное	105,9	73,1	88,7	76,9	86,5	92,4	92,9	86,7	91,5	82,5	-9	-6
Н/Высшее и высшее	113,1	79,4	99,2	81,1	88,3	93,5	93,7	89,0	94,3	85,4	-9	-5
<i>Доходные группы</i>												
20% наименее обеспеченных	88,2	67,8	71,2	62,5	72,2	71,8	74,3	69,9	70,0	67,4	-3	-4
60% средне-обеспеченных	105,5	72,0	90,8	77,0	83,8	91,1	90,3	87,4	92,8	83,5	-9	-3
20% наиболее обеспеченных	124,7	83,0	108,9	91,0	97,6	104,3	106,4	100,4	105,6	95,0	-11	-6
<i>Территории</i>												
Вологда	104,2	71,3	92,3	75,9	81,9	85,8	89,1	85,0	91,8	79,6	-12	-4
Череповец	114,9	72,6	97,7	83,3	84,3	90,1	93,1	87,3	91,4	84,0	-7	-6
Районы	102,3	76,0	85,3	74,2	86,2	92,0	90,7	87,1	90,5	84,8	-6	-4
Общее количество изменений в 14 группах											0 / 14	0 / 12

СОЦИАЛЬНОЕ НАСТРОЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

- ▼ За период с февраля по декабрь 2020 г. характеристики социального настроения ухудшились: доля положительных суждений сократилась на 7 п.п. (с 67 до 60%), удельный вес противоположных отзывов увеличился на 5 п.п. (с 27 до 32%; *рис. 11*).
- ▼ В 2019–2020 гг. доля жителей области, характеризующих свое настроение как «прекрасное», «нормальное», уменьшилась на 9 п.п. (с 70 до 61%).

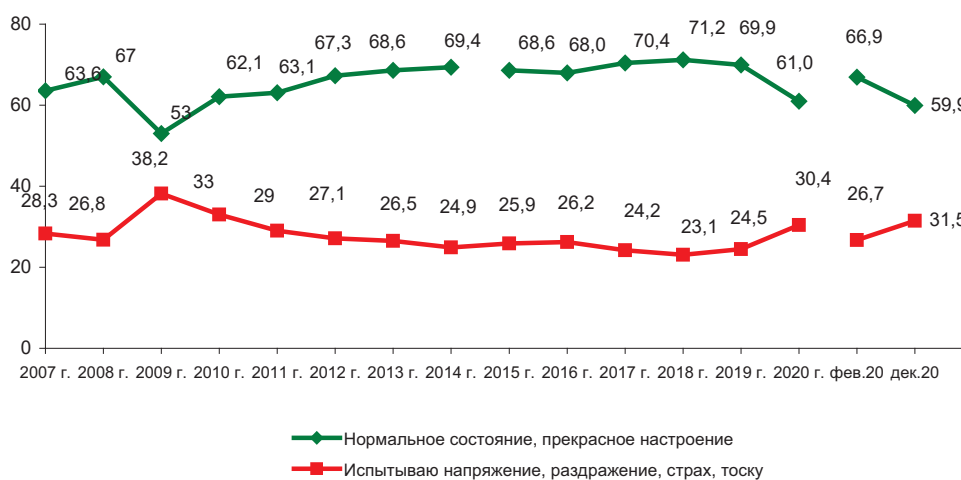


Рис. 11. Динамика показателя социального настроения (в % от числа опрошенных)

* Распределение ответов на вопрос «Что бы Вы могли сказать о своем настроении в последние дни?»

СОЦИАЛЬНОЕ НАСТРОЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУППАХ

- ▼ В феврале–декабре 2020 г. характеристики социального настроения ухудшились во всех социально-демографических группах (на 3–10 п.п.; табл. 2). Наибольшее снижение доли положительных отзывов произошло среди тех, кто имеет среднее и неполное среднее образование (на 10 п.п., с 63 до 53%), а также среди 20% наименее обеспеченных (на 9 п.п., с 48 до 39%).
- ▼ Аналогичные тенденции характерны и для периода с 2019 по 2020 г. с той лишь разницей, что в данном случае самое существенное уменьшение удельного веса положительных оценок наблюдается среди жителей области в возрасте до 30 лет (на 13 п.п., с 81 до 68%).

**Таблица 2. Доля положительных оценок социального настроения
в различных социально-демографических группах населения (в %)***

Категория населения	2007	2009	2013	2015	2017	2018	2019	2020	фев. 2020	дек. 2020	Изменение (+ -)	
											дек. 2020 к фев. 2020	2020 к 2019
<i>Пол</i>												
Мужской	65,9	55,0	69,9	69,5	70,6	72,8	70,1	60,8	67,0	60,0	-7	-9
Женский	61,7	51,4	67,5	68,0	70,2	69,8	69,6	61,2	66,9	59,8	-7	-8
<i>Возраст</i>												
До 30 лет	71,3	60,0	75,5	77,1	78,0	80,0	81,1	67,6	71,7	65,2	-7	-13
30-55 лет	64,8	52,9	69,2	67,2	71,5	72,6	71,2	61,8	67,5	60,9	-7	-9
Старше 55 лет	54,8	47,1	62,4	65,5	64,8	65,2	63,3	57,4	64,3	56,5	-7	-6
<i>Образование</i>												
Н/среднее и среднее	58,4	49,4	60,6	63,6	63,6	64,8	63,2	56,1	63,1	52,6	-10	-7
Среднее специальное	64,6	49,9	68,1	70,0	72,1	72,2	72,7	63,5	69,0	62,5	-6	-9
Н/Высшее и высшее	68,6	60,6	77,4	72,6	75,7	76,8	73,4	63,3	68,6	64,6	-4	-10
<i>Доходные группы</i>												
20% наименее обеспеченных	51,6	37,6	46,2	51,8	52,9	57,3	53,2	43,4	48,4	38,9	-9	-10
60% средне-обеспеченных	62,9	53,0	71,9	70,9	72,0	71,9	71,4	62,6	68,4	63,3	-5	-9
20% наиболее обеспеченных	74,9	66,3	83,3	82,0	83,7	82,9	81,8	75,6	79,1	76,3	-3	-6
<i>Территории</i>												
Вологда	63,1	55,0	75,0	73,9	72,6	71,0	68,6	60,9	66,9	58,7	-8	-8
Череповец	68,1	57,0	75,3	70,6	75,6	75,8	71,2	60,4	67,3	60,7	-6	-11
Районы	61,6	50,1	61,6	64,6	66,1	68,7	69,8	61,4	66,8	60,0	-7	-8
Общее количество изменений в 14 группах											0 / 14	0 / 14