

УДК 330.59(470.12)
ББК 60.561.26(2Рос-4Вол)
© Дементьева И.Н.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ В 2008 – 2011 ГГ.

В статье рассмотрены тенденции потребительских настроений жителей Вологодской области в 2008 – 2011 гг. Проанализирована динамика сводного индекса потребительских настроений и составляющих его частных индексов. Представлена сравнительная характеристика данных индикаторов в разрезе различных социально-демографических и доходных групп населения. Определены основные факторы, воздействующие на изменение потребительских настроений в регионе, к которым относятся материальное положение и социальное самочувствие населения, а также отношение к деятельности властей. Исследование основывается на данных мониторинга общественного мнения населения Вологодской области.

Потребительские настроения, индексы состояния, ожиданий, денежные доходы населения, доходные группы, общественное мнение.

Потребительские настроения населения являются важным показателем, отражающим макроэкономические процессы, проходящие в стране и регионе в период экономического кризиса и посткризисной стабилизации. Потребительское самочувствие населения выступает индикатором эффективности проводившейся экономической политики и ориентиром для дальнейших преобразований.

Исследование потребительских настроений осуществляется с помощью сводного индекса потребительских настроений (ИПН).

Индекс потребительских настроений – многокомпонентный высоко агрегированный показатель. Он строится как

совокупность субъективных оценок текущего личного материального положения, ситуации на потребительском рынке и ожиданий изменения личного материального положения и общей экономической ситуации¹.

¹ Индекс строится на основе ответов респондентов на пять вопросов: 1) Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи: оно лучше или хуже, чем было год назад? 2) Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше или хуже, или примерно такое же, как сейчас? 3) Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут для экономики страны хорошим временем или плохим, или каким-либо ещё? 4) Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем? 5) 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? Среднее арифметическое из частных индексов даёт совокупную величину – индекс потребительских настроений. Кроме того, выделяются ещё два показателя: индекс текущего состояния (ИТС), включающий в себя ответы на первый и пятый вопросы, и индекс потребительских ожиданий (ИПО), получаемый из ответов на второй, третий и четвёртый вопросы.

Расчёт ИПН (и его составляющих) проводится путём вычитания из доли положительных ответов (в процентах) доли отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Таким образом, полностью отрицательные ответы дали бы общий индекс 0, только положительные – 200, равновесие первых и вторых – индекс 100, являющийся по сути нейтральной отметкой.



ДЕМЕНТЬЕВА Ирина Николаевна
младший научный сотрудник
ИСЭРТ РАН
irinika_74@mail.ru

Особенность индекса потребительских настроений, отличающая его от традиционных показателей социально-экономического развития, – применение специально разработанной методологии. Она находится на стыке социологии, экономики, психологии и включает в себя новейшие разработки данных отраслей научного знания.

Специфика построения ИПН заключается в том, что на основе микроэкономической информации создаётся обобщённый индикатор изменений, происходящих в экономике в целом. Это позволяет выявлять такие зависимости социально-экономических трансформаций, которые сложно зафиксировать посредством обычных макроэкономических связей. Благодаря этому индекс не только чутко фиксирует тенденции экономической и социальной ситуации, но и реагирует на её возможные изменения, что представляет возможности прогнозирования дальнейшего развития страны и региона.

Основное предназначение ИПН – исследование социально-экономического положения и перспектив его развития. Оно находится в рамках теоретической концепции, обозначаемой как психологическая экономика. Это означает, что главным с точки зрения прогнозирования и выработки решений, создания перспективных программ социально-экономического развития является анализ влияния населения на развитие экономики. Это возможно постольку, поскольку потребители активно принимают решения и способны учиться на опыте, ожидать изменения экономической конъюнктуры, соответствующим образом менять своё поведение и тем самым влиять на экономическое развитие [9, с. 4].

С конца 1990-х годов в рамках регулярного мониторинга общественного мнени-

ния на территории Вологодской области² Институт социально-экономического развития территорий РАН проводит исследование динамики индекса потребительских настроений. Расчёт индекса осуществляется на основе методики, разработанной Всероссийским центром изучения общественного мнения, который измеряет данный индикатор с начала 1990-х годов.

В настоящей статье рассматриваются результаты измерений за 2008 – 2011 гг. Представлен анализ динамики субъективных оценок населения в сфере материального потребления, что позволяет расширить и углубить исследования по аналогичной тематике, проводимые с конца 1990-х гг. [2, с. 29-40; 4, с. 89-112; 5, с. 55-73; 6, с. 105-112].

Как показали результаты социологических опросов, за рассматриваемый период индекс потребительских настроений жителей Вологодской области претерпел существенные изменения.

В кризисном 2009 году произошло резкое падение данного индикатора (на 26,5 пункта; *рис. 1*). В 2010 – 2011 гг. в условиях восстановительного экономического роста наблюдалась восходящая динамика ИПН. В результате в 2011 году индекс потребительских настроений возрос на 3,3 пункта по сравнению с 2010 годом, на 15,5 пункта – по сравнению с 2009 годом и установился на отметке 89,6 пункта.

² Раз в два месяца опрашивается 1500 человек в возрасте 18 лет и старше в городах Вологде и Череповце, в Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекснинском районах. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населённых пунктов различных типов (сельские населённые пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3%.

Рисунок 1. Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области и России

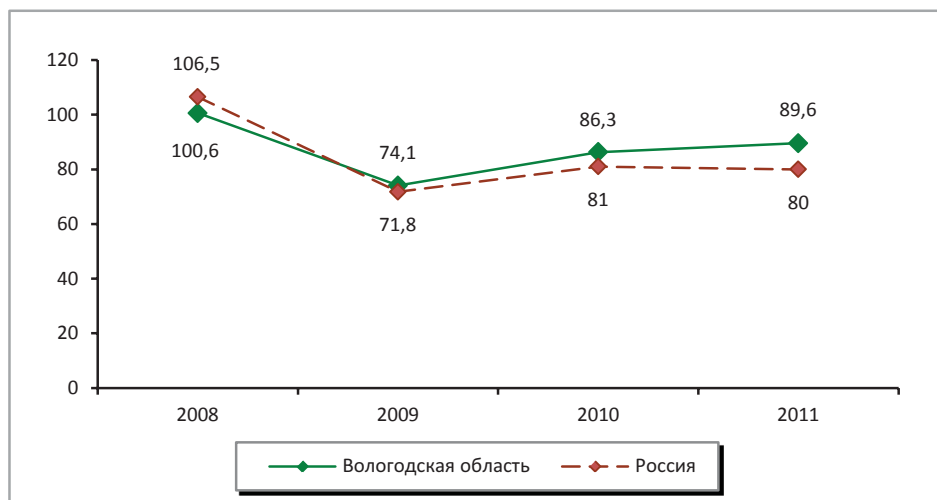


Таблица 1. Динамика ИПН различных категорий населения

Категория населения	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение в 2011 г. (+/-)		
					к 2010 г.	к 2009 г.	к 2008 г.
<i>Возраст</i>							
До 30 лет	107,4	79,9	92,7	95,0	+2,3	+15,1	-12,4
30 – 55 лет	100,5	72,7	84,0	89,1	+5,1	+16,4	-11,4
Старше 55 лет	94,5	71,1	84,3	86,0	+1,7	+14,9	-8,5
<i>Доходные группы</i>							
20% наименее обеспеченных	90,4	67,8	71,6	74,8	+3,2	+7	-15,6
60% среднеобеспеченных	98,8	72,0	85,3	89,0	+3,7	+17	-9,8
20% наиболее обеспеченных	113,9	83,0	101,6	105,3	+3,7	+22,3	-8,6
<i>Территории</i>							
Вологда	96,6	71,3	87,8	90,9	+3,1	+19,6	-5,7
Череповец	102,6	72,6	93,8	98,9	+5,1	+26,3	-3,7
Районы	101,4	76,0	81,7	84,4	+2,7	+8,4	-17,0

Однако по сравнению с 2008 годом ИПН населения региона остался на более низких позициях (на 11 пунктов).

Аналогичная динамика ИПН наблюдалась и в России в целом. При этом в 2010 – 2011 гг. потребительские настроения жителей Вологодской области были более благоприятны, чем в среднем по стране [10].

Большую значимость имеет динамика индекса потребительских настроений по различным территориальным образова-

ниям, социально-демографическим и экономическим группам населения.

В 2011 году по сравнению с 2009 – 2010 гг. увеличение индекса потребительских настроений произошло во всех социально-демографических группах (табл. 1). Однако во всех категориях населения ИПН остался существенно ниже уровня 2008 года. Самая неблагоприятная ситуация наблюдалась в 20%-й группе наименее обеспеченных граждан, а также в районах.

Несколько по-разному вели себя два основных компонента индекса потребительских настроений: индекс текущего состояния (ИТС)³ и индекс перспективных ожиданий (ИПО)⁴.

После резкого снижения в 2009 году (на 28,7 и 25 пунктов соответственно) в последующие годы данные показатели демонстрировали положительную динамику (рис. 2). В 2011 году сводный индекс текущего состояния (ИТС) по сравнению с периодом годичной давности увеличился на 6,1 пункта, по сравнению с 2009 г. – на 17,5 пункта. Перспективные ожидания

жителей региона (ИПО) сохранились на уровне 2010 года, однако по сравнению с 2009 годом их прирост был существенным – 14,3 пункта.

Следует отметить, что, несмотря на восходящие тренды, оценки текущего материального положения населения и прогнозные суждения были по-прежнему менее оптимистичны по сравнению с 2008 годом (на 11,2 и 10,7 пункта соответственно).

В 2011 году по сравнению с 2009 – 2010 гг. улучшение ИТС затронуло все социально-демографические группы (табл. 2).

Рисунок 2. Динамика индексов текущего состояния (ИТС) и перспективных ожиданий (ИПО)

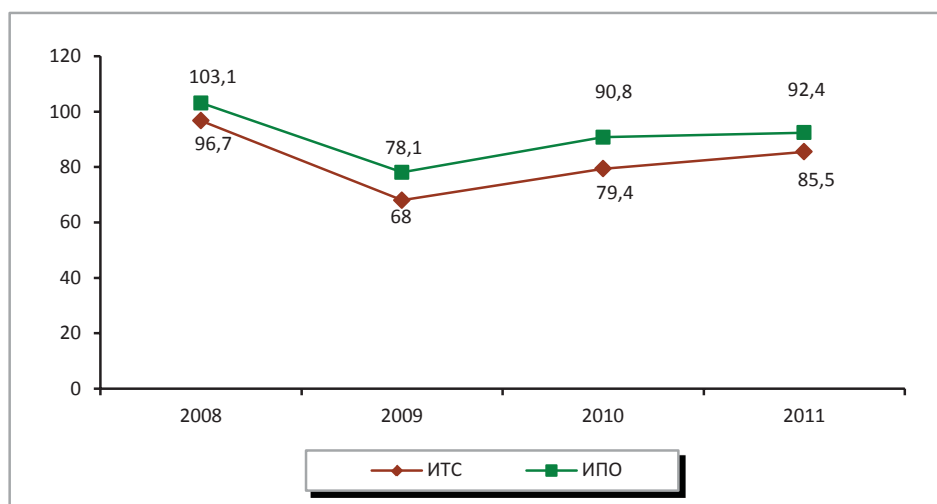


Таблица 2. Динамика ИТС различных категорий населения

Категория населения	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение в 2011 г. (+/-)		
					к 2010 г.	к 2009 г.	к 2008 г.
<i>Возраст</i>							
До 30 лет	104,9	72,8	85,2	88,7	+3,5	+15,9	-16,2
30 – 55 лет	96,4	66,4	76,2	85,7	+9,5	+19,3	-10,7
Старше 55 лет	90,1	66,4	79,6	82,5	+2,9	+16,1	-7,6
<i>Доходные группы</i>							
20% наименее обеспеченных	82,3	59,2	61,8	67,8	+6,0	+8,6	-14,5
60% среднеобеспеченных	94,3	64,9	78,1	84,7	+6,6	+19,8	-9,6
20% наиболее обеспеченных	115,3	80,7	99,4	104,6	+5,2	+23,9	-10,7
<i>Территории</i>							
Вологда	93,9	65,5	80,0	85,6	+5,6	+20,1	-8,3
Череповец	97,8	61,9	83,6	95,8	+12,2	+33,9	-2,0
Районы	97,6	72,2	77,0	80,2	+3,2	+8,0	-17,4

³ ИТС рассчитывается как средний из двух частных индексов: индекса текущего личного материального положения и индекса целесообразности приобретения товаров длительного пользования.

⁴ ИПО рассчитывается как средний из трёх частных индексов: индекса ожиданий изменения личного материального положения, индекса перспектив развития экономики страны в ближайший год и индекса перспектив развития экономики страны в ближайшие 5 лет.

Наиболее существенный его прирост наблюдался в возрастной группе от 30 до 55 лет, среди представителей 60%-й группы среднеобеспеченных граждан, в Череповце.

Вместе с тем по сравнению с 2008 годом во всех категориях населения региона ИТС находился на более низких позициях. Самые неблагоприятные оценки отмечались в возрастной группе до 30 лет, в 20%-й группе наименее обеспеченных жителей, в районах области.

В 2011 году по сравнению с 2009 – 2010 гг. индекс перспективных ожиданий увеличился во всех социально-демографических группах населения (кроме жителей Череповца; табл. 3), при этом остался ниже показателей 2008 года. Самые неблагоприятные оценки были получены в возрастной группе от 30 до 55 лет, в 20%-й группе наименее обеспеченных, в районах.

В период с 2008 по 2011 год неоднозначные изменения произошли и в динамике частных индексов, которые отражают тенденции отдельных факторов, формирующих потребительское поведение населения.

Индекс текущего личного материального положения населения в кризисном 2009 году по сравнению с предыдущим годом снизился на 34,1 пункта (рис. 3).

Последующие периоды характеризовались постепенным ростом данного индикатора. Так, в 2011 году индекс увеличился на 8,9 пункта по сравнению с 2010 годом и на 19,7 пункта по сравнению с 2009 годом. Это объясняется прежде всего уменьшением доли жителей области, полагающих, что их материальное положение за последний год ухудшилось (27% в 2011 году против 34% в 2010 году и 43% в 2009 году; рис. 4).

Увеличение индекса текущего личного материального положения в 2010 – 2011 гг. может быть обусловлено ростом денежных доходов населения на фоне их снижения в 2009 году. Так, по оценкам населения, в 2011 году среднедушевой фактический доход (без учёта инфляции) составил 114% по отношению к показателю 2010 года (в 2010 году к 2009 году – 120%).

Несмотря на существенный прирост, индекс текущего личного материального положения остался ниже уровня 2008 года (на 19,3 пункта).

Таблица 3. Динамика ИПО различных категорий населения

Категория населения	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение в 2011 г. (+/-)		
					к 2010 г.	к 2009 г.	к 2008 г.
<i>Возраст</i>							
До 30 лет	109,1	84,6	97,8	99,2	+1,4	+14,6	-9,9
30 – 55 лет	103,2	76,9	89,2	91,4	+2,2	+14,5	-11,8
Старше 55 лет	97,5	74,2	87,4	88,4	+1,0	+14,2	-9,1
<i>Доходные группы</i>							
20% наименее обеспеченных	95,8	73,5	78,1	79,5	+1,4	+6,0	-16,3
60% среднеобеспеченных	101,8	76,7	90,2	91,8	+1,6	+15,1	-10,0
20% наиболее обеспеченных	112,9	84,5	103,0	105,9	+2,9	+21,4	-7,0
<i>Территории</i>							
Вологда	98,5	75,2	93,0	94,4	+1,4	+19,2	-4,1
Череповец	105,8	79,7	100,6	101,0	+0,4	+21,3	-4,8
Районы	104,0	78,6	84,9	87,2	+2,3	+8,6	-16,8

Рисунок 3. Индекс текущего личного материального положения (оценка изменений за последний год)

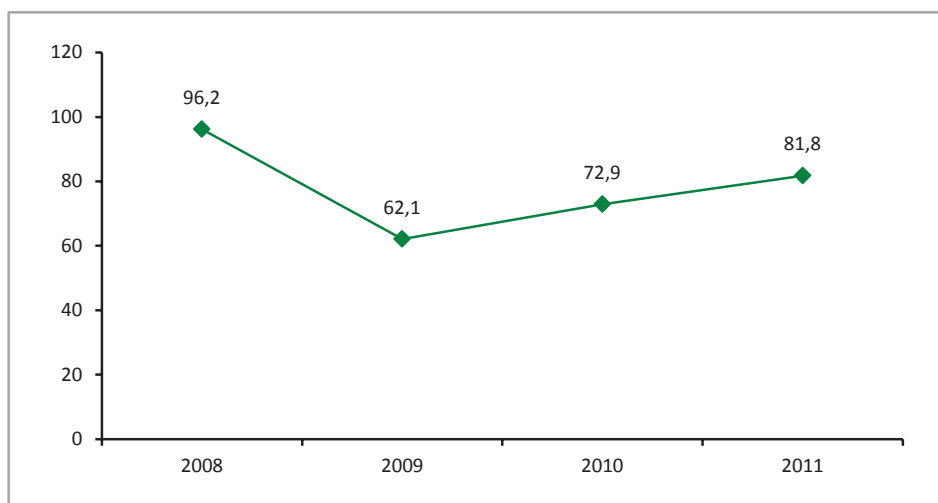
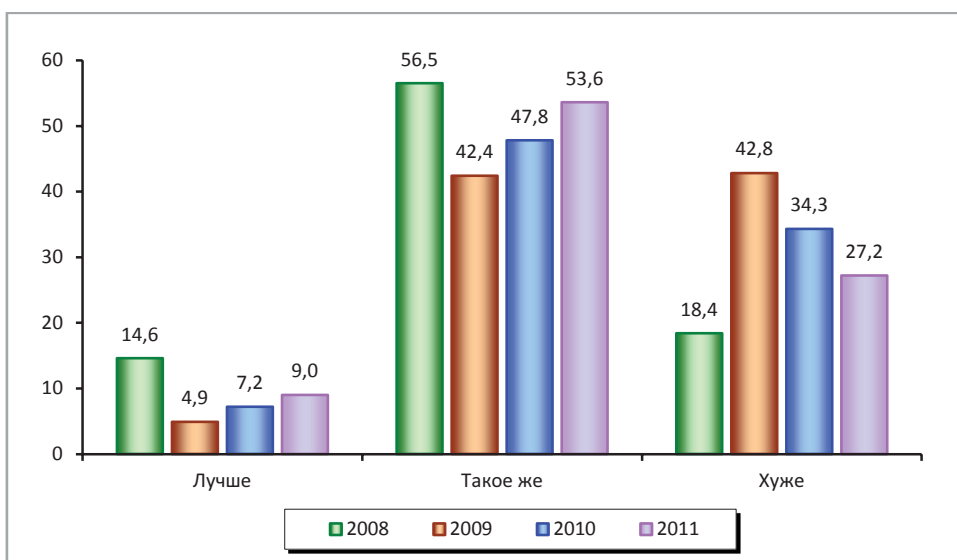


Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы оцениваете своё материальное положение: оно лучше или хуже, чем было год назад?» (в % от числа опрошенных)



В течение четырёхлетнего периода измерений аналогичные тенденции были свойственны и индексу целесообразности приобретения товаров длительного пользования (рис. 5).

За резким снижением в 2009 году (на 23,3 пункта) отмечалась его позитивная динамика в 2010 – 2011 гг. В результате в 2011 году данный индикатор увеличился на 3,2 пункта по сравнению с 2010 годом и на 15,2 пункта по сравнению с 2009 годом. Это было обусловлено влиянием

увеличения доли населения, считающего, что текущий период является «хорошим временем для совершения крупных покупок» (до 12% против 10 в 2010 году и 7% – в 2009 году), и сокращения удельного веса жителей области, высказавших иное мнение (до 23 против 25% в 2010 году и 33 – в 2009 г.; рис. 6).

Увеличение индекса целесообразности приобретения товаров длительного пользования подтверждают и данные статистики.

Рисунок 5. Индекс целесообразности совершения крупных покупок

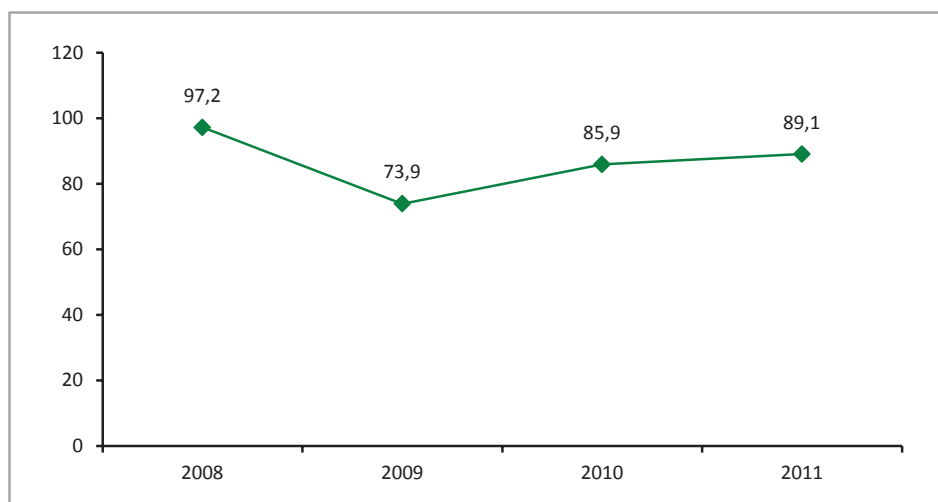
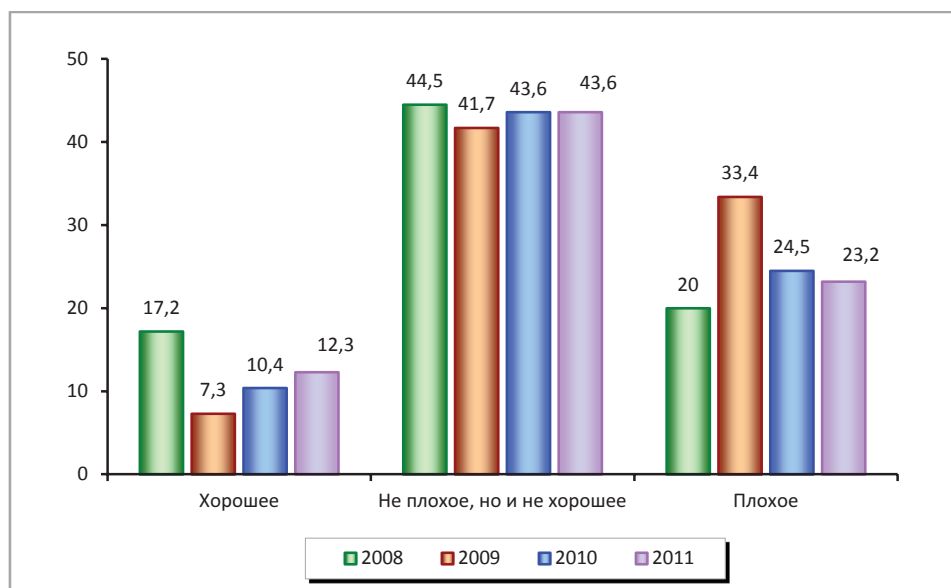


Рисунок 6. Распределение ответов на вопрос: «Если говорить о крупных покупках для дома, то, как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы их совершать?» (в % от числа опрошенных)



Оборот розничной торговли непродовольственными товарами в 2011 году по отношению к 2010 году возрос на 12% (в 2010 году по отношению к 2009 году – на 15%), в то время как оборот розничной торговли продовольственными товарами увеличился только на 1,2%, а объём предоставления платных услуг населению – на 1,8% [12, с. 47, 95, 135].

Несмотря на позитивные изменения, индекс целесообразности совершения крупных покупок в 2011 году остался

менее благоприятным по сравнению с докризисным 2008 годом (разрыв составляет 8,1 пункта).

На фоне экономического кризиса 2009 года прогнозы населения региона относительно ближайших изменений материального благополучия семей были пессимистичными: соответствующий индекс снизился на 16,6 пункта (рис. 7). В 2010 – 2011 гг. ситуация улучшилась: в 2011 году по сравнению с 2010 годом индекс ожидаемый изменения личного материального

Рисунок 7. Индекс перспектив личного материального положения (1 год)

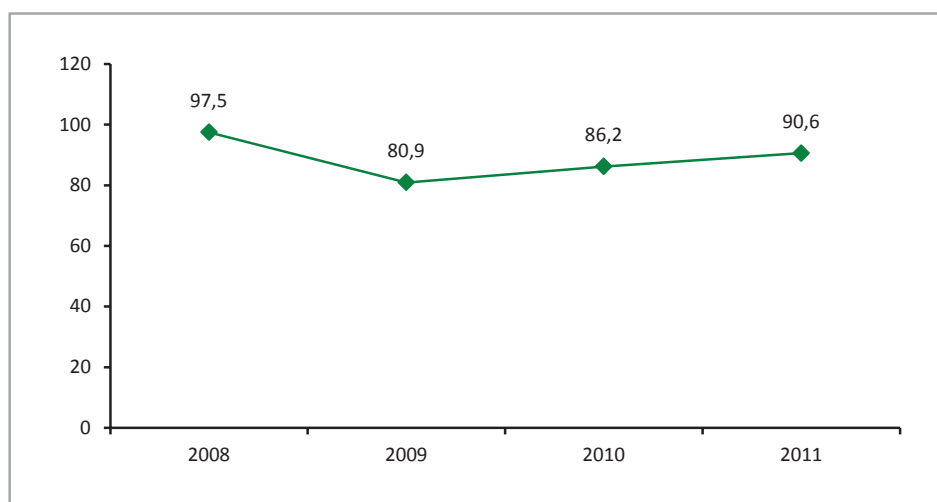
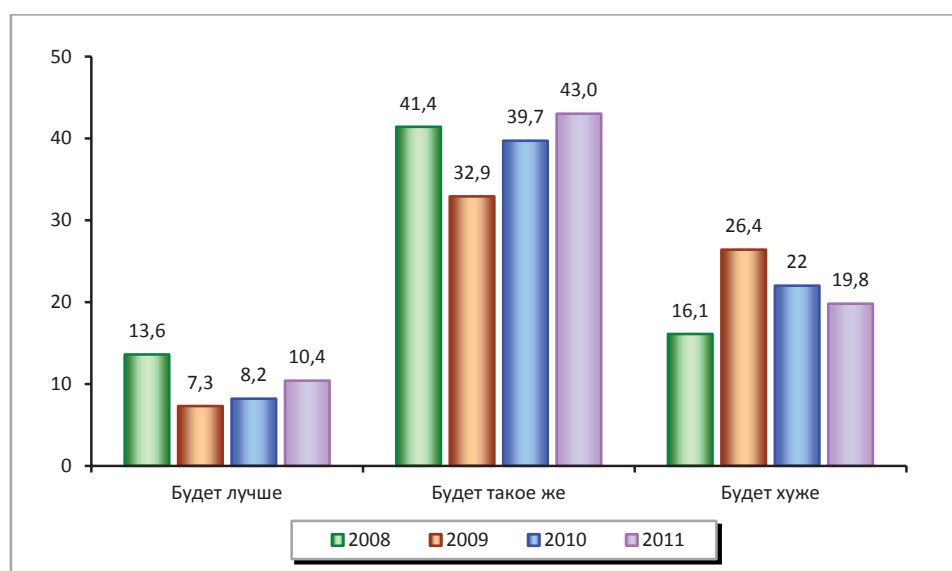


Рисунок 8. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше или хуже, или примерно такое же, как сейчас?» (в % от числа опрошенных)



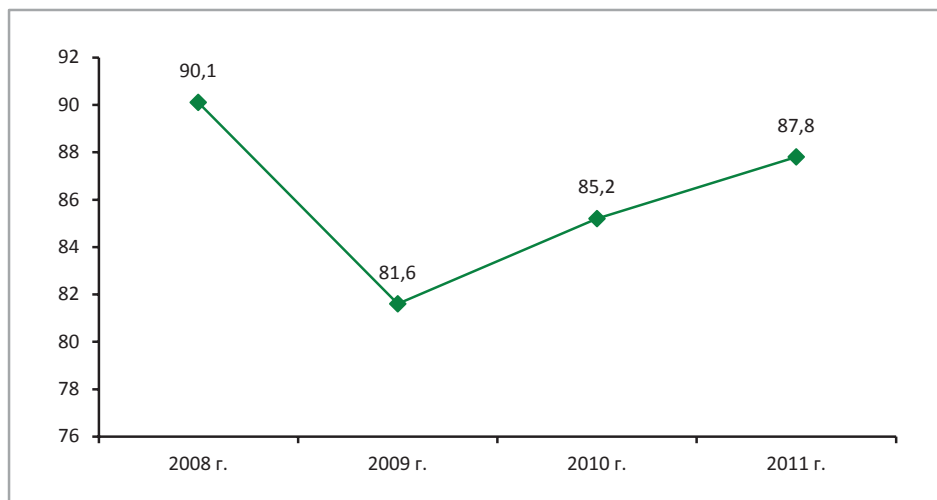
положения увеличился на 4,4 пункта, по сравнению с 2009 г. – на 9,7 пункта. Общее повышение индекса перспектив личного материального положения явилось следствием уменьшения удельного веса тех, кто опасается возможного ухудшения своего благосостояния через год (20% в 2011 году против 22% в 2010 году и 26% в 2009 году; рис. 8).

Вместе с тем настроения населения, касающиеся ближайших перспектив личного материального благополучия, по-

прежнему выглядели менее позитивными, чем в 2008 году (индекс ниже на 13 пунктов).

Динамика текущего материального положения семей и ожиданий его изменения формировались под воздействием ряда факторов. Очевидно, что настроение человека как потребителя формируется под влиянием экономических индикаторов, точнее, тех, что прямо или косвенно сказываются на его бюджете, покупательной способности доходов, материальном потреблении.

Рисунок 9. Динамика индекса покупательной способности доходов населения



Одним из наиболее важных показателей, позволяющих отследить динамику реальных доходов населения, является индекс покупательной способности, рассчитываемый по результатам опросов респондентов⁵. Колебания индексов текущего материального положения населения и перспектив его развития были довольно тесно связаны с изменениями в реальных доходах населения. Так, после резкого падения в 2009 году (на 8,5 пункта) индекс покупательной способности доходов населения за период 2010 – 2011 гг. увеличился на 6,2 п.п. (рис. 9).

Немаловажное значение для формирования динамики настроений и поведения потребителей имело социальное самочувствие жителей региона (рис. 10; 11).

Неслучайно динамика таких индикаторов изменений в социальной сфере

общества, как социальное настроение⁶ и запас терпения⁷ населения, в течение всего периода измерений имела высокую степень согласованности с индексом текущего материального положения и индексом перспектив его развития. Так, в 2009 году индекс социального настроения населения региона уменьшился на 25,4 пункта, а индекс запаса социального терпения стал ниже на 11,6 пункта. В 2011 году данные показатели увеличились на 19,3 и 5,6 пункта соответственно.

Негативное влияние на возможности потребительского спроса оказывали инфляционные ожидания населения: в 2010 – 2011 гг. около 60% жителей региона считали, что в течение ближайшего года цены будут расти быстрее, чем доходы. Основу для пессимистичных прогнозов жителей области составлял и рост

⁵ Индекс покупательной способности строится на основе ответов респондентов на вопрос: «Какая из оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?». Ответу «денег не хватает даже на приобретение продуктов питания» присвоено значение 0; «денег хватает только на приобретение продуктов питания» – значение 50; «денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды» – значение 100; «покупка большинства товаров длительного пользования не вызывает трудностей» – 150; «денег вполне достаточно, чтобы ни в чём себе не отказывать» – 200. Полученная сумма значений делится на количество респондентов, ответивших на вопрос.

⁶ Показатель социального настроения рассчитывается как разность между долей ответивших «прекрасное настроение; нормальное, ровное состояние» и долей ответивших «испытываю напряжение, раздражение, страх, тоску» на вопрос: «Что бы Вы могли сказать о своём настроении в последние дни?»; в процентах.

⁷ Показатель запаса терпения населения определяется как разность между долей ответивших «всё не так плохо и можно жить; жить трудно, но можно и терпеть» и долей ответивших «терпеть наше бедственное положение уже невозможно» на вопрос: «Как Вы считаете, какое из приведённых высказываний наиболее соответствует сложившейся ситуации?»; в процентах.

Рисунок 10. Динамика индекса социального настроения населения

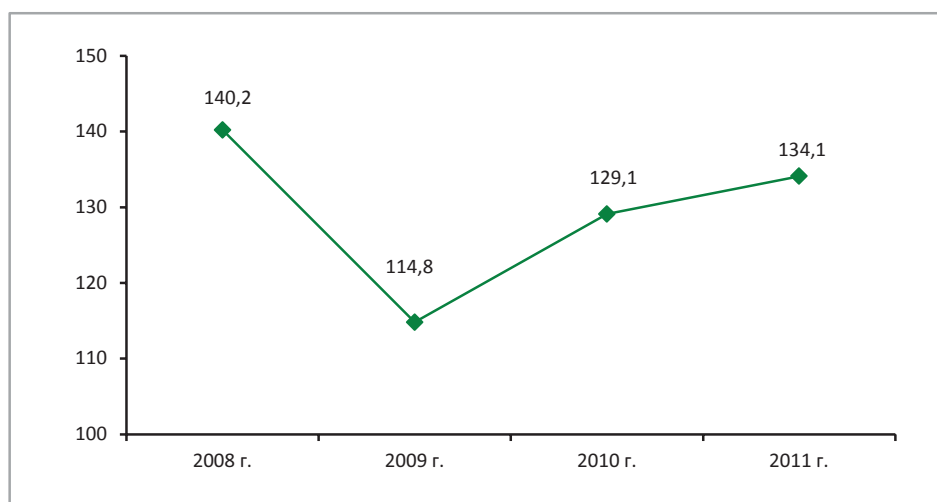
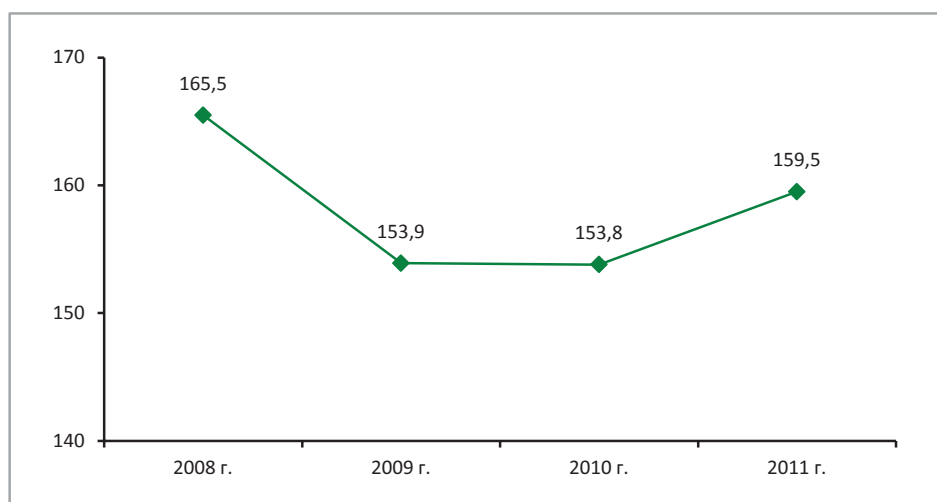


Рисунок 11. Динамика индекса запаса терпения населения



цен на продукты питания. Так, индекс цен на продукты питания в 2011 году увеличился на 3%, непродовольственные товары – на 7%, платные услуги – на 9% [12, с. 47, 95, 135].

Важным показателем потребительского самочувствия жителей региона является отношение населения к перспективам развития социально-экономической ситуации в стране, по динамике которого можно судить об общей уверенности людей в сохранении стабильных условий их жизни.

По результатам социологических измерений, индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны (на

1 год) в 2009 году снизился на 40,8 пункта (рис. 12). В последующие годы ожидания населения стали более оптимистичными. В 2011 году по сравнению с 2010 годом данный индекс увеличился на 2,2 пункта, по сравнению с 2009 г. – на 24,7 пункта. Это было обусловлено сокращением доли населения, полагающего, что следующие 12 месяцев будут для экономики плохим временем: 7% в 2011 году против 14% в 2009 году (рис. 13).

Однако по сравнению с 2008 годом суждения населения относительно ближайших перспектив развития экономики страны оказались менее благоприятными (индекс ниже на 27,9 пункта).

Рисунок 12. Индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны (1 год)

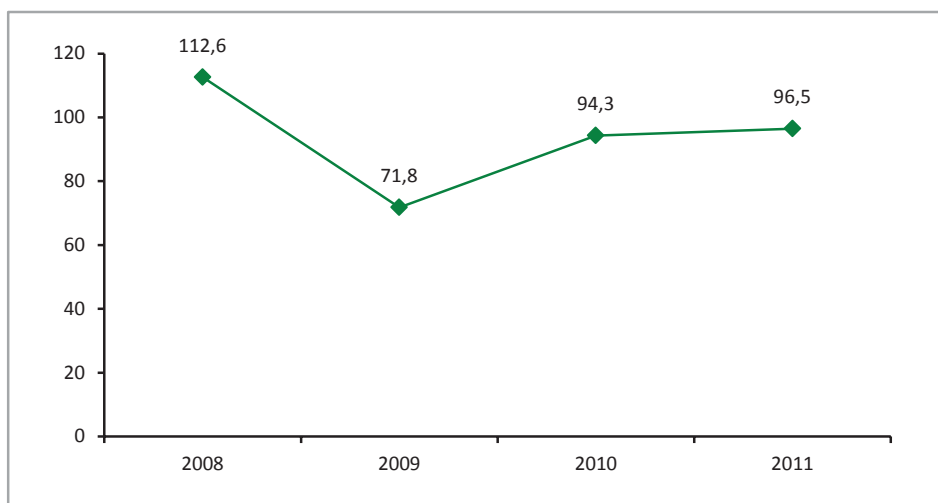
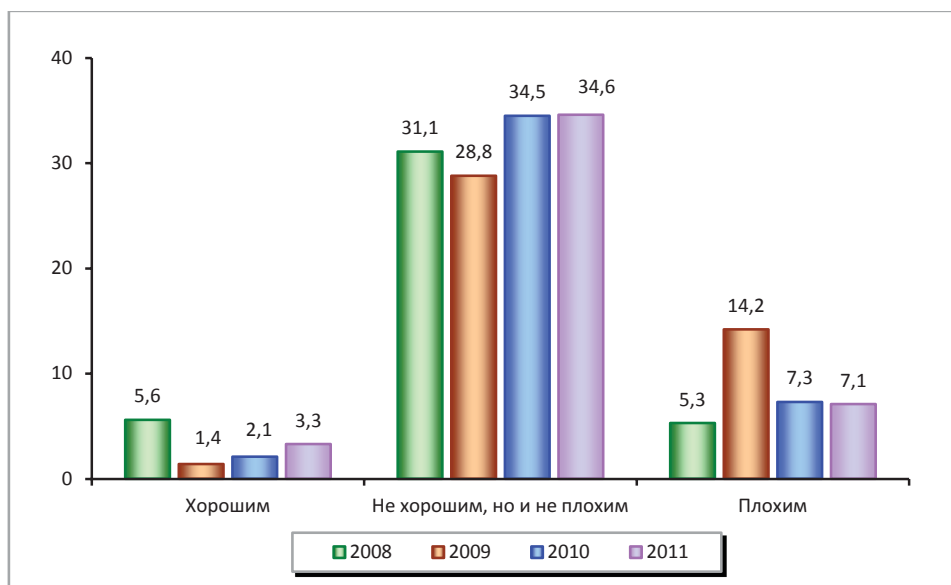


Рисунок 13. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут хорошим временем или плохим, или каким-либо ещё для экономики России?» (в % от числа опрошенных)



В 2009 году в период социально-экономического кризиса снизился и индекс перспектив развития экономики России на пятилетие – на 17,6 пункта (рис. 14). В 2010 году в условиях восстановительного экономического роста наметилась позитивная динамика данного показателя: индекс увеличился на 10,3 пункта за счёт снижения доли жителей области, прогнозирующих, что предстоящие 5 лет будут плохим временем для экономики страны (с 22 до 15%; рис. 15). Однако в

2011 году по сравнению с предыдущим годом оценки долгосрочных перспектив социально-экономического развития страны были менее благоприятными (снижение индекса на 1,8 пункта). Кроме того, данный индекс остался на более низких позициях (на 9,1 пункта), чем в 2008 году.

Отсутствие в течение последнего года позитивных тенденций в отношении долгосрочных перспектив развития российской экономики связано с тем, что

Рисунок 14. Индекс перспектив развития экономики страны (5 лет)

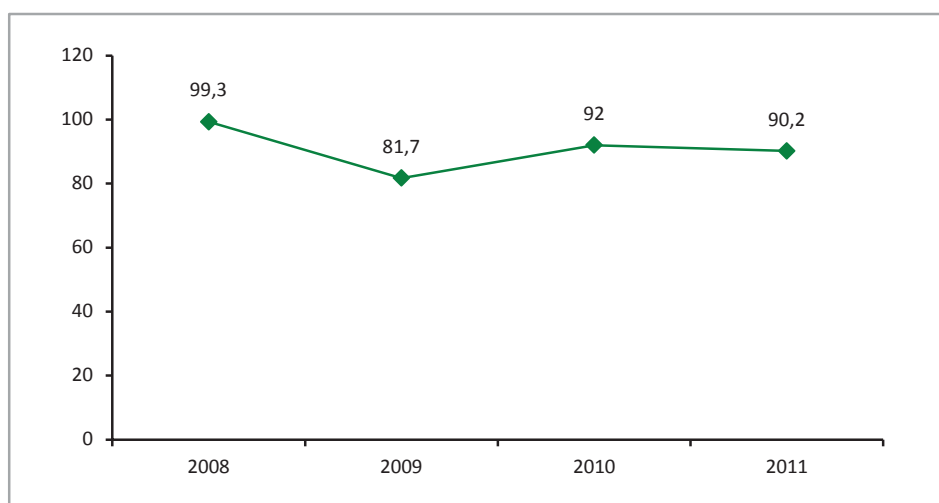
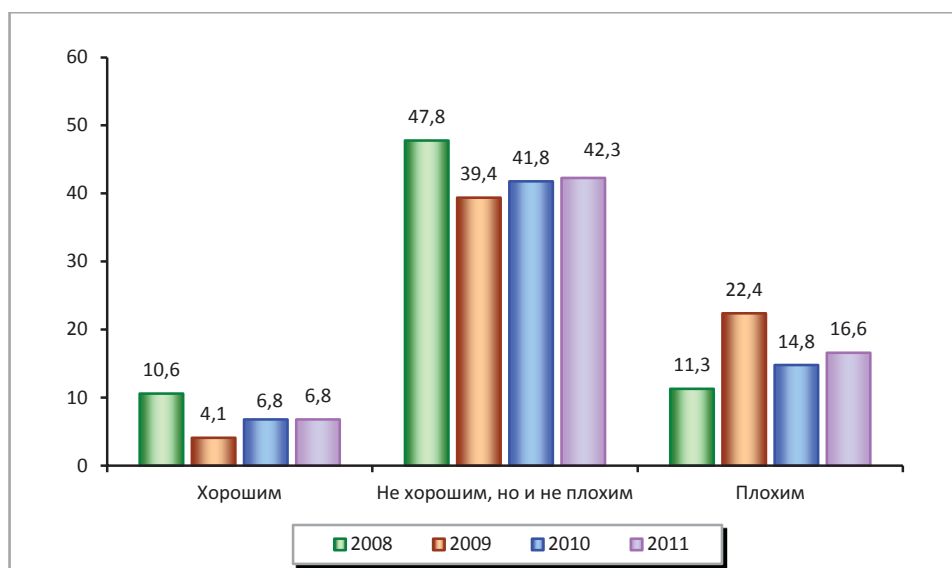


Рисунок 15. Распределение ответов на вопрос: «Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем?» (в % от числа опрошенных)



не произошло принципиальных изменений в социально-экономической политике государства. В 2011 году отмечалось уменьшение доли положительных суждений населения об успешности работы Президента РФ в вопросе подъёма экономики и роста благосостояния граждан – до 31% по сравнению с 34% в 2010 году, а также снижение удельного веса одобрительных оценок деятельности главы государства (до 59% по сравнению с 64% в 2010 году), Правительства РФ (до 45% по сравнению с 49% в 2010 году).

Нисходящую динамику демонстрировали и соответствующие индексы. В период с 2009 по 2011 год индекс одобрения деятельности Президента РФ снизился на 13,4 пункта, индекс одобрения деятельности Правительства РФ – на 14,9 пункта (рис. 16, 17). Эти тенденции отрицательным образом повлияли на темпы прироста индексов перспектив развития экономики страны.

Таким образом, динамика ИПН отражает широкий спектр явлений общественной жизни страны и региона: как эконо-

Рисунок 16. Динамика индекса одобрения деятельности Президента РФ

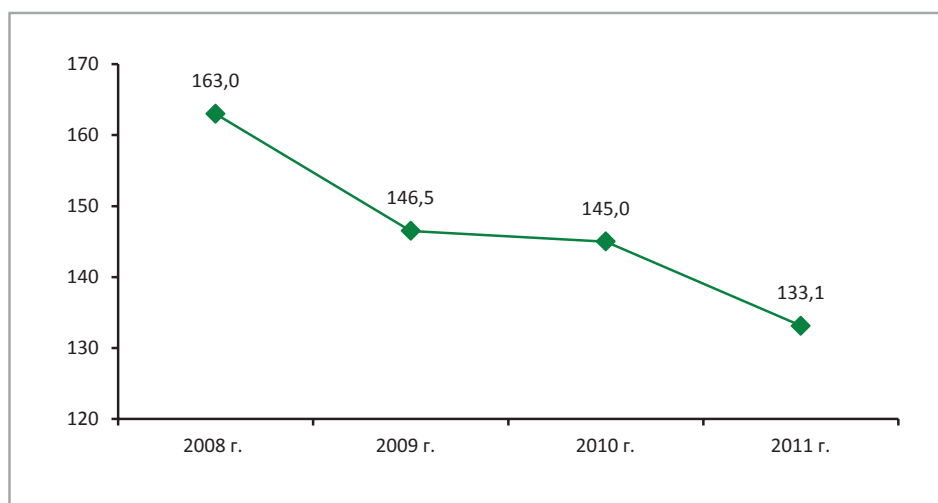
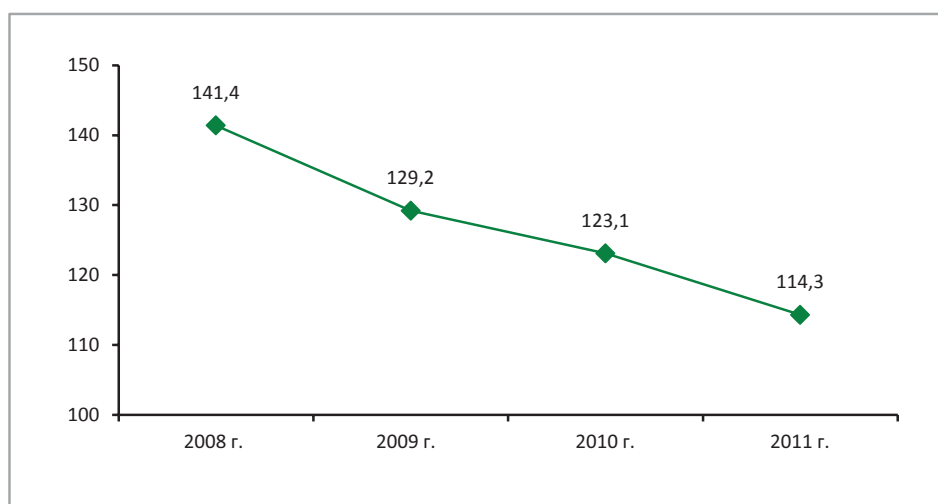


Рисунок 17. Динамика индекса одобрения деятельности Правительства РФ



мические, так и политические, социальные и иные процессы. Поскольку индекс потребительских настроений учитывает особенности динамики экономической конъюнктуры, политических процессов, социального самочувствия, он способен служить в качестве концентрированного показателя для исследования изменений в социально-экономической сфере, а в более широком аспекте – в качестве индикатора общественного развития в целом [9, с. 14].

На протяжении четырёхлетнего периода измерений динамика потребительских настроений не была однонаправленной.

В 2009 году наблюдалось резкое уменьшение ИПН и составляющих его частных индексов, что было обусловлено обостре-

нием экономического кризиса, повлекшего за собой снижение уровня жизни и ухудшение социального самочувствия населения.

В последующие годы в условиях преодоления кризисных явлений в экономической сфере отмечалась позитивная динамика индекса потребительских настроений жителей области. Положительные изменения затронули большинство составляющих его частных индексов:

- увеличился индекс текущего личного материального положения населения области;
- улучшились оценки перспектив личного материального положения;
- возрос индекс целесообразности совершения крупных покупок;

– более благоприятными стали оценки краткосрочных перспектив социально-экономического развития страны; это могло быть обусловлено экономическими факторами: ростом реальных денежных доходов населения, а также улучшением социального самочувствия жителей региона.

Несмотря на позитивные изменения, произошедшие в 2010 – 2011 гг., отмечалось отсутствие положительных тенденций в оценках населением долгосрочных перспектив развития российской экономики, что связано с воздействием политических факторов, в первую очередь со снижением уровня одобрения деятельности федеральных властей.

Следует сказать, что потребительские настроения были менее благоприятными по сравнению с докризисным уровнем. Так, показатель ИПН в 2011 году был на

11 пунктов ниже, чем в 2008 году. Кроме того, в отдельных социально-демографических категориях населения (20%-я группа наименее обеспеченных, жители районов области) рассматриваемые показатели остались существенно ниже среднеобластного уровня, что свидетельствует о низких потребительских возможностях населения.

Важнейшими условиями стабилизации и улучшения потребительских настроений, являющихся фактором развития рынка товаров и услуг, являются устойчивое повышение доходов различных социальных групп, реализация антиинфляционных мероприятий, повышение уверенности населения в будущем как в отношении экономики в целом, так и в плане перспектив личного материального положения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гулин, К.А. Анализ и прогнозирование социально-экономических процессов на основе измерения индекса потребительских настроений [Текст] / К.А. Гулин // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 1999. – № 8. – С. 33-42.
2. Гулин, К.А. Динамика потребительских настроений населения Вологодской области в 2000 г. [Текст] / К.А. Гулин, С.А. Новожилов // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2001. – № 14. – С. 29-40.
3. Гулин, К.А. Социальная ситуация в регионе и потребительские настроения населения [Текст] / К.А. Гулин. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2000. – 42 с.
4. Ильин, В.А. Индекс потребительских настроений: тенденции и перспективы социально-экономического развития в оценках населения Вологодской области в 1997 году [Текст] / В.А. Ильин, К.А. Гулин // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 1997. – № 4. – С. 73-93.
5. Ильин, В.А. Потребительские настроения как индикатор социально-экономических перемен [Текст] / В.А. Ильин, К.А. Гулин ; под ред. М.Ф. Сычева. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 1999. – 40 с.
6. Индекс потребительских настроений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/indeks-potrebitelskikh-nastroenii>
7. Красильникова М.Д. Изучение социальных настроений и потребительского поведения населения // Проблемы прогнозирования. – 2003. – № 2. – С. 124-134.
8. Красильникова М.Д. Население в кризисе: отложенные уроки // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2009. – № 4. – С. 69-77.
9. Общественное мнение – 2011 [Текст]. – М.: Левада-Центр, 2012. – Вып. 12. – 568 с.
10. Россинская Г.М. Социальная дифференциация населения: проявления в сфере потребления // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 6. – С. 52-61.
11. Ситникова Ю.И. Методологические аспекты оценки настроений потребителей // Вестник ИНЖЭКОНа. – Серия: Экономика. – 2010. – Т. 38. – № 3. – С. 415-416.