



## Центр стратегических исследований

### Экономические настроения населения весной 2009 года

#### Оглавление

1. Вводные пояснения .....	2
2. Динамика индексов показывает, что население оптимистически смотрит на перспективы роста благополучия в течение ближайших лет.....	4
3. Индексы потребительских настроений по социально-демографическим группам населения .....	6
4. Ожидания относительно краткосрочного и среднесрочного роста доходов .....	8
5. Эталон качества жизни россиян и его финансовое выражение .....	10
6. Динамика численности группы населения, считающего свой уровень жизни нетерпимо плохим .....	14
7. Удовлетворенность населения своей жизнью.....	17
Приложение 1. Индексы потребительских настроений по городам исследования.....	19
Приложение 2. Динамика индексов потребительских настроений по социально-демографическим группам .....	25
Приложение 3. Ожидаемое изменение дохода в краткосрочной и среднесрочной перспективе по городам исследования.....	27



## Центр стратегических исследований

### 1. Вводные пояснения

Настоящее исследование представляет собой часть проекта Центра стратегических исследований Росгосстраха «Россия: время перемен», посвященного анализу экономических настроений жителей российских городов (первое исследование этой серии было проведено зимой – весной 2005 года, нынешняя волна является шестой по счету). Нынешняя волна охватила население 38 крупных и средних российских городов<sup>1</sup>. Выбор этой социальной группы для исследования определяется тем, что именно в крупных и средних городах сосредоточена основная масса экономически активного населения, определяющего рост экономики страны. Выборка, сформированная по результатам исследования, репрезентативна как для каждого отдельного города, так и для всей совокупности крупных и средних российских городов.

Материалы, получаемые в ходе исследования, позволяют ответить на ряд вопросов, касающихся сегодняшних экономических настроений населения, а также оценить перспективы экономического роста страны. Экономические настроения населения отражаются системой показателей, основой которой являются индексы потребительских настроений<sup>2</sup>. Они основаны на потребительских оценках сегодняшнего уровня благополучия, возможностей его улучшения в краткосрочной и среднесрочной перспективе, а также ожиданий относительно развития своего города и экономики страны в целом.

Система индексов потребительских настроений, рассчитываемых ЦСИ Росгосстраха, включает в себя:

- 1) - индекс текущего состояния (ИТС),
- 2) - индекс краткосрочных потребительских ожиданий (ИКСО),
- 3) - индекс среднесрочных потребительских ожиданий (ИССО),
- 4) - индекс личных ожиданий (ИЛО)
- 5) - индекс общественных ожиданий (ИОО).

Обобщающим (интегральным) показателем экономического оптимизма населения является **индекс потребительских настроений (ИПН)**.

Основой для расчета индексов являются ответы респондентов на следующие вопросы:

- 1) Как изменился ваш доход в прошедшем году?
- 2) Как изменится ваш доход в наступающем году?
- 3) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в России в будущем году?
- 4) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в вашем городе в следующем году?
- 5) Как изменится ваш доход через 5-7 лет?
- 6) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в России через 5-7 лет?
- 7) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в вашем городе через 5-7 лет?

---

<sup>1</sup> Это Астрахань, Барнаул, Владивосток, Владимир, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Иркутск, Казань, Кемерово, Кострома, Краснодар, Красноярск, Липецк, Москва, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новокузнецк, Новосибирск, Омск, Оренбург, Пенза, Пермь, Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Тольятти, Тула, Тюмень, Улан-Удэ, Ульяновск, Уфа, Хабаровск, Челябинск, Ярославль. В исследовании приняли участие 19 тыс. 428 респондентов.

<sup>2</sup> Индексы являются разницей между процентной долей респондентов, давших положительные и отрицательные ответы на поставленные вопросы, плюс 100% для ликвидации отрицательных значений индексов. Методика построения индексов не принимает в расчет не определившихся во мнении или нейтральных респондентов, которые при ответе на вопросы выбрали вариант "не изменился/не изменится". Индексы являются индикаторами преобладания в обществе положительных (значение индекса выше 100) или отрицательных экономических настроений (значение ниже 100). Чем выше значения индексов, тем больше превышение числа оптимистически настроенных потребителей над пессимистами, тем увереннее в собственных силах перспективах потребители, и, соответственно, от них следует ждать более высокой экономической активности.



## Центр стратегических исследований

ИТС рассчитывается на основании ответов респондентов на первый вопрос, ИКСО – на второй, третий и четвертый. Основанием для расчета ИССО являются ответы на пятый, шестой и седьмой вопросы. ИЛО основан на ответах на второй и пятый вопросы, ИОО – третий, четвертый, шестой и седьмой вопросы. ИПН рассчитывается на основании ответов на все семь вопросов.

Значения **ИПН** позволяют делать выводы **об общем уровне экономического оптимизма населения.**

**ИТС** дает возможность определить **итоги экономического развития страны** за последнее время и оценить, насколько населению удалось повысить доходы на волне роста экономики.

**ИКСО** отражает **оптимизм населения относительно ближайшей перспективы развития экономики в целом и личного финансового положения.** **ИССО** дает ту же оценку применительно к **среднесрочной перспективе в 5-7 лет.**

Сопоставление **ИЛО** и **ИОО** позволяет определить, **насколько оценка населением собственных перспектив улучшения качества жизни совпадает с мнением относительно будущего экономики страны и своего города.**

Помимо приведенной выше системы индексов потребительские настроения описываются посредством таких показателей, как

- удовлетворенность населения своей жизнью в целом,
- оценка уровня жизни как нетерпимо плохого,
- финансовая оценка эталонного качества жизни,
- имущественный разрыв – расхождение между фактическим и желаемым уровнем дохода,
- ожидаемое изменение уровня дохода в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Помимо оценки потребительских настроений эти показатели могут служить основанием для определения перспектив экономического развития страны в среднесрочной перспективе.



## Центр стратегических исследований

### 2. Динамика индексов показывает, что население оптимистически смотрит на перспективы роста благополучия в течение ближайших лет

Расчеты индексов потребительских настроений весной 2009 года дали следующие результаты.

		Вся выборка	Города - миллионники	Средние города
<b>ИПН</b>	Весна 2009 г.	112	113	111
	Осень 2008 г.	123	123	123
	Весна 2008 г.	130	130	130
	2007 г.	132	133	132
	2006 г.	121	122	120
	2005 г.	116	117	113
<b>ИТС</b>	Весна 2009 г.	91	92	91
	Осень 2008 г.	110	110	109
	Весна 2008 г.	117	118	115
	2007 г.	119	120	116
	2006 г.	109	111	106
	2005 г.	106	107	102
<b>ИКСО</b>	Весна 2009 г.	84	85	81
	Осень 2008 г.	113	112	113
	Весна 2008 г.	127	126	127
	2007 г.	132	133	132
	2006 г.	122	123	120
	2005 г.	116	117	113
<b>ИССО</b>	Весна 2009 г.	148	148	147
	Осень 2008 г.	139	139	137
	Весна 2008 г.	138	138	139
	2007 г.	137	137	137
	2006 г.	125	126	124
	2005 г.	121	121	120
<b>ИЛО</b>	Весна 2009 г.	114	115	114
	Осень 2008 г.	129	130	129
	Весна 2008 г.	132	132	132
	2007 г.	135	135	134
	2006 г.	123	123	122
<b>ИОО</b>	Весна 2009 г.	116	118	114
	Осень 2008 г.	124	124	123
	Весна 2008 г.	133	132	133
	2007 г.	135	135	134
	2006 г.	124	125	122

- 1) Настроения населения весной 2009 года, как и прежде, практически не зависят от размера населенного пункта: в крупных и средних российских городах индексы потребительских настроений различаются незначительно.
- 2) Индекс потребительских настроений (ИПН) заметно снизился по сравнению с осенью и весной 2008 г., когда было зафиксировано его максимальное значение. Однако индекс остался в положительной зоне, что означает превышение числа оптимистов над пессимистами. Это характерно как для крупных, так и средних российских городов.
- 3) Индекс текущего состояния (ИТС), отражающий изменение материального благополучия за последний год, заметно снизился, что естественно в условиях кризиса и снижения реальных доходов населения.



### Центр стратегических исследований

- 4) Если осенью прошлого года потребители в целом с оптимизмом смотрели в ближайшее будущее, то весной его сменил пессимизм – индекс краткосрочных ожиданий ИКСО оказался в негативной зоне. Потребители не ожидают ничего хорошего от начавшегося года.
- 5) С другой стороны, если рассмотреть среднесрочные ожидания населения, то здесь картина выглядит значительно лучше. Индекс среднесрочных ожиданий ИССО показывает, что в перспективе 5-7 лет население ожидает значительного роста благополучия. При этом ИССО заметно вырос по сравнению с показателем осени прошлого года. Вполне вероятно, потребители ожидают, что после 2009 года им удастся наверстать замедление роста благополучия, случившееся в 2009 году.
- 6) Индексы личных и общественных ожиданий также находятся в положительной зоне – люди считают, что и с ними самими, и с городами, где они живут, и со страной в целом в конечном итоге все будет в порядке.

Индексы потребительских настроений по городам исследования приведены в Приложении 1. Города-лидеры по потребительским настроениям отмечены зеленым, «аутсайдеры» - желтым.



## Центр стратегических исследований

### 3. Индексы потребительских настроений по социально-демографическим группам населения

Исследования показали, что индекс потребительских настроений снизился по всем имущественным прослойкам. Однако во всех группах, за исключением наименее обеспеченного населения, значения ИПН по-прежнему превышают нейтральное значение в 100 пунктов, что свидетельствует о сохранении оптимистических настроений.

	Самооценка уровня дохода <sup>3</sup>				
	1 им. гр.	2 им. гр.	3 им. гр.	4 им. гр.	5 им. гр.
	<b>Индекс потребительских настроений</b>				
Весна 2009 г.	98	112	121	120	126
Осень 2008 г.	103	119	134	134	132
Весна 2008 г.	112	129	141	143	146
2007 г.	111	132	146	150	147
2006 г.	100	121	139	145	146

		ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
<b>1 им. гр.</b>	Весна 2009 г.	69	76	130	100	104
	Осень 2008 г.	79	96	117	109	105
	Весна 2008 г.	89	112	121	114	118
	2007 г.	93	112	116	114	114
	2006 г.	81	100	106	106	101
	2005 г.	76	95	107	н/д	н/д
<b>2 им. гр.</b>	Весна 2009 г.	85	85	147	113	117
	Осень 2008 г.	101	110	134	125	121
	Весна 2008 г.	111	126	138	130	133
	2007 г.	114	132	138	133	136
	2006 г.	106	122	126	121	126
	2005 г.	105	117	121	н/д	н/д
<b>3 им. гр.</b>	Весна 2009 г.	109	87	159	125	122
	Осень 2008 г.	124	122	150	141	133
	Весна 2008 г.	134	135	150	144	141
	2007 г.	137	145	150	150	146
	2006 г.	135	139	140	138	140
	2005 г.	133	132	132	н/д	н/д
<b>4 им. гр.</b>	Весна 2009 г.	119	82	159	122	119
	Осень 2008 г.	134	119	149	138	132
	Весна 2008 г.	144	137	148	147	140
	2007 г.	149	149	151	151	150
	2006 г.	151	144	145	142	146
	2005 г.	156	145	141	н/д	н/д
<b>5 им. гр.</b>	Весна 2009 г.	120	94	160	128	126
	Осень 2008 г.	138	114	148	139	127
	Весна 2008 г.	150	142	148	150	143
	2007 г.	148	147	148	153	145
	2006 г.	157	147	141	145	143
	2005 г.	155	140	135	н/д	н/д

<sup>3</sup> Деление потребителей на имущественные группы проведено в соответствии с их самооценкой уровня дохода:

1 им. гр. – денег с трудом хватает на питание;

2 им. гр. - питаемся хорошо, можем приобрести предметы первой необходимости;

3 им. гр. - можем купить крупную бытовую технику, но не новый автомобиль;

4 им. гр. - можем купить машину, на квартиру денег не хватает;

5 им. гр. – можем купить квартиру или новый дом.



## Центр стратегических исследований

Динамика прочих индексов показывает, что по всем имущественным группам имеется снижение оценок экономических итогов прошлого года (ИТС), ожиданий относительно роста благополучия в течение ближайшего года (ИКСО), личных ожиданий (ИЛО), а также ожиданий относительно развития своего города и страны в целом (ИОО). В то же время имеется рост оптимизма по всем имущественным группам относительно повышения личного и общественного благополучия в течение ближайших 5-7 лет (ИССО), причем этот индекс достиг рекордных значений за все время наблюдения.

Доля оптимистов относительно среднесрочной перспективы роста доходов значительно превышает долю пессимистов по всем имущественным группам населения. Очевидно, потребители уверены в стабильном долгосрочном росте своего благополучия, однако повышение доходов переносится, скорее, на «послекризисное» время. По мнению населения, кризис в течение ближайшего года – двух закончится, рост доходов возобновится и компенсирует падение, допущенное в 2008 и 2009 годах. Как и ранее, с наибольшим оптимизмом в будущее смотрят потребители, уже добившиеся высокого уровня благополучия.

Данные по изменению индексов потребительских настроений в зависимости от пола, возраста и образования приведены в Приложении 2. Результаты исследования показывают, что наиболее оптимистично в будущее смотрят, как и прежде, студенты – молодежь с неполным высшим образованием. В то же время по всем социально-демографическим группам отмечается падение индексов, за исключением индекса среднесрочных ожиданий, который повсеместно заметно вырос. Это говорит о смещении в будущее ожиданий относительно повышения благополучия как о всеобщем явлении.



## Центр стратегических исследований

### 4. Ожидания относительно краткосрочного и среднесрочного роста доходов

Одной из наиболее интересных тем исследования экономических настроений населения стало определение роста доходов, которого потребители ожидают в течение 2009 года и на протяжении ближайших 5-7 лет. Расчеты показывают, что краткосрочные ожидания заметно снизились по сравнению с осенью прошлого года. Опыт, полученный россиянами за время кризиса, говорит им о том, что в ближайший год не стоит ожидать роста доходов. При этом россияне в среднем надеются сохранить их на уровне прошлого года – в целом по выборке потребители ожидают нулевого прироста доходов. С другой стороны, время, в перспективе 5-7 лет потребители рассчитывают на увеличение своего реального дохода на 54%, что больше, чем осенью прошлого года.

Ожидаемый прирост доходов в краткосрочной и среднесрочной перспективе			
		Краткосрочные ожидания	Долгосрочные ожидания
Вся выборка	Весна 2009 г.	0%	54%
	Осень 2008 г.	14%	48%
	Весна 2008 г.	11%	49%
	2007 г.	14%	46%
	2006 г.	10%	36%
	2005 г.	6%	37%
1 им. гр.	Весна 2009 г.	-6%	27%
	Осень 2008 г.	2%	16%
	Весна 2008 г.	2%	21%
	2007 г.	3%	14%
	2006 г.	1%	8%
	2005 г.	-3%	9%
2 им. гр.	Весна 2009 г.	-1%	47%
	Осень 2008 г.	10%	37%
	Весна 2008 г.	9%	41%
	2007 г.	12%	37%
	2006 г.	8%	32%
	2005 г.	6%	35%
3 им. гр.	Весна 2009 г.	4%	71%
	Осень 2008 г.	18%	59%
	Весна 2008 г.	16%	61%
	2007 г.	22%	66%
	2006 г.	17%	53%
	2005 г.	14%	56%
4 им. гр.	Весна 2009 г.	4%	73%
	Осень 2008 г.	21%	69%
	Весна 2008 г.	23%	66%
	2007 г.	27%	81%
	2006 г.	23%	76%
	2005 г.	24%	62%
5 им. гр.	Весна 2009 г.	11%	76%
	Осень 2008 г.	40%	109%
	Весна 2008 г.	36%	91%
	2007 г.	42%	82%
	2006 г.	33%	79%
	2005 г.	36%	69%

Если эти планы сбудутся, Россия может рассчитывать на годовой рост ВВП на 8-10% в год (при условии сохранения доли потребления домохозяйств в ВВП на нынешнем уровне).





## Центр стратегических исследований

Надо отметить, что наиболее оптимистично на перспективы роста своего дохода смотрят самые состоятельные россияне. В течение ближайшего года они рассчитывают на повышение своего дохода на 11%, а через 5-7 лет – на 76%. В то же время осенью прошлого года представители этой группы рассчитывали увеличить свое благосостояние более чем в два раза. Можно сказать, что кризис заставил их более реалистично смотреть на свое место в экономике и спустил с небес на землю.

Наиболее оптимистично, как и в прочих случаях, в будущее смотрят студенты – молодежь с неполным высшим образованием. При этом мужчины рассчитывают на более значительный рост доходов, чем женщины.

	Все население		Пол		
			Мужчины	Женщины	
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайшего года	0%		2%	-2%	
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайших 5-7 лет	54%		61%	47%	
<b>Возраст</b>					
	18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайшего года	12%	0%	-6%	-8%	-3%
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайших 5-7 лет	92%	74%	39%	18%	16%
<b>Образование</b>					
	Среднее и неполное среднее	Среднее техническое	Высшее и послевузовское	Незаконченное высшее	
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайшего года	0%	-2%	-2%	12%	
Предполагаемое изменение дохода в течение ближайших 5-7 лет	39%	44%	52%	102%	

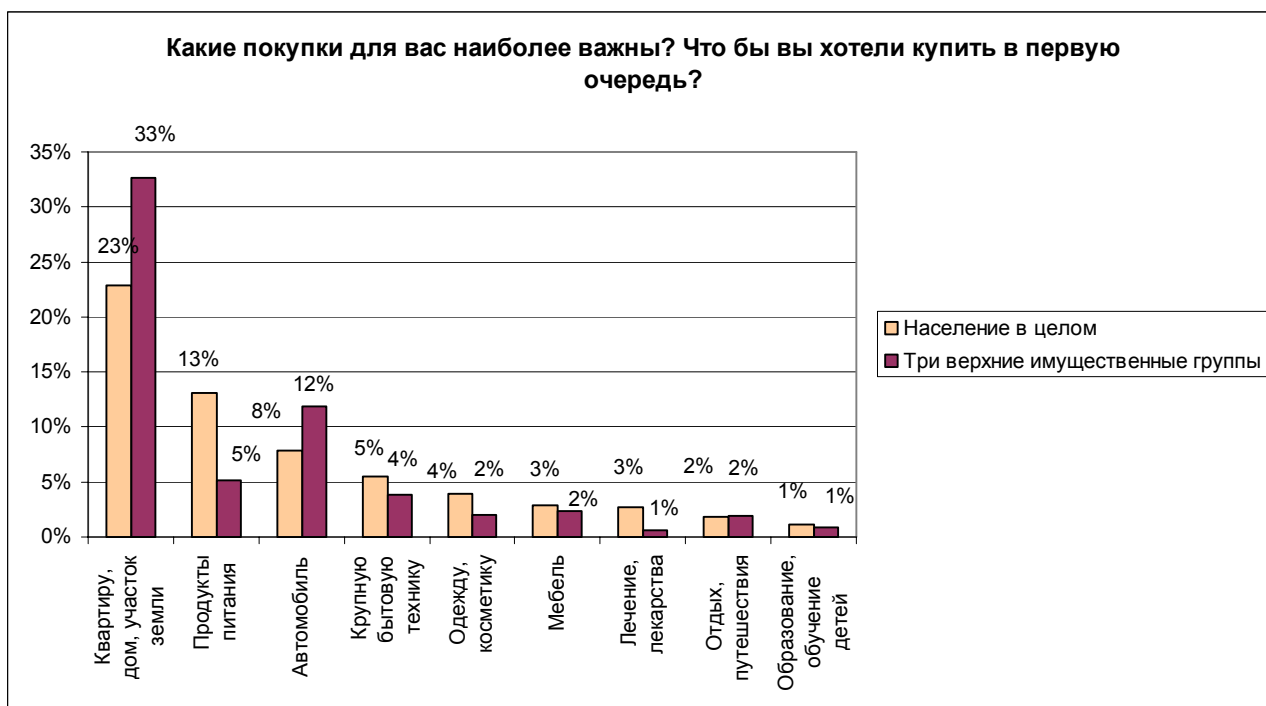
Распределение ожиданий относительно роста доходов в краткосрочной и среднесрочной перспективе по городам исследования приведено в Приложении 3. Города-лидеры по потребительским настроениям отмечены зеленым, «аутсайдеры» - желтым. Стоит отметить, что жители Москвы и Петербурга не относятся к числу самых больших оптимистов. Более того, москвичи вполне пессимистично смотрят на перспективы роста доходов в течение ближайших 5 – 7 лет. Вполне возможно, это связано с тем, что Москва, будучи центром развития современного бизнеса, в прошлые годы заметно опережала другие регионы по росту доходов. И сегодня, когда бум развития новой экономики докатился до провинциальных центров, ожидания их жителей относительно роста благополучия заметно превосходят ожидания москвичей.



## Центр стратегических исследований

### 5. Эталон качества жизни россиян и его финансовое выражение

Как известно, основное назначение экономики состоит в производстве товаров и услуг для населения. Поэтому экономический рост определяется, прежде всего, увеличением потребления, а спад – его снижением. Потребители, в свою очередь, приобретают товары и услуги, чтобы соответствовать стандарту, эталону качества жизни, который представляет собой целевой уровень потребления, господствующий в обществе. Как правило, эталоном качества жизни для россиян служит образ жизни верхней части среднего класса. Сегодня он включает в себя возможность приобрести неплохой автомобиль, дом или квартиру, оборудованные современной бытовой техникой и мебелью, доступ к платным медицинским и образовательным услугам, качественное питание, поездки на отдых и т.п. Этот набор хорошо виден из рейтинга приоритетных покупок, представленного на следующем графике.



Для формализации и оценки эталона качества жизни мы используем его денежный эквивалент – сумму, которую, по мнению потребителей, должен зарабатывать человек, чтобы жить «достойно» в своем городе. Исследования показали, что сегодня в крупных и средних российских городах для соответствия эталонному уровню потребления, по мнению потребителей, необходим заработок около 42 тыс. руб. в месяц. Этот результат несколько ниже, чем в ноябре прошлого года (47 тыс. руб.). Однако, очевидно, кризис не привел к заметному снижению требований населения к качеству жизни – весной 2009 года оценка дохода, обеспечивающего эталонный уровень потребления, оказалась заметно выше, чем год назад.



## Центр стратегических исследований



Наибольшие суммы для обеспечения эталонного качества жизни необходимы, что неудивительно, жителям Москвы и Санкт-Петербурга. Наименьшие оценки дохода, позволяющего достичь целевого уровня потребления, характерны для жителей Костромы, Ульяновска и Ижевска.



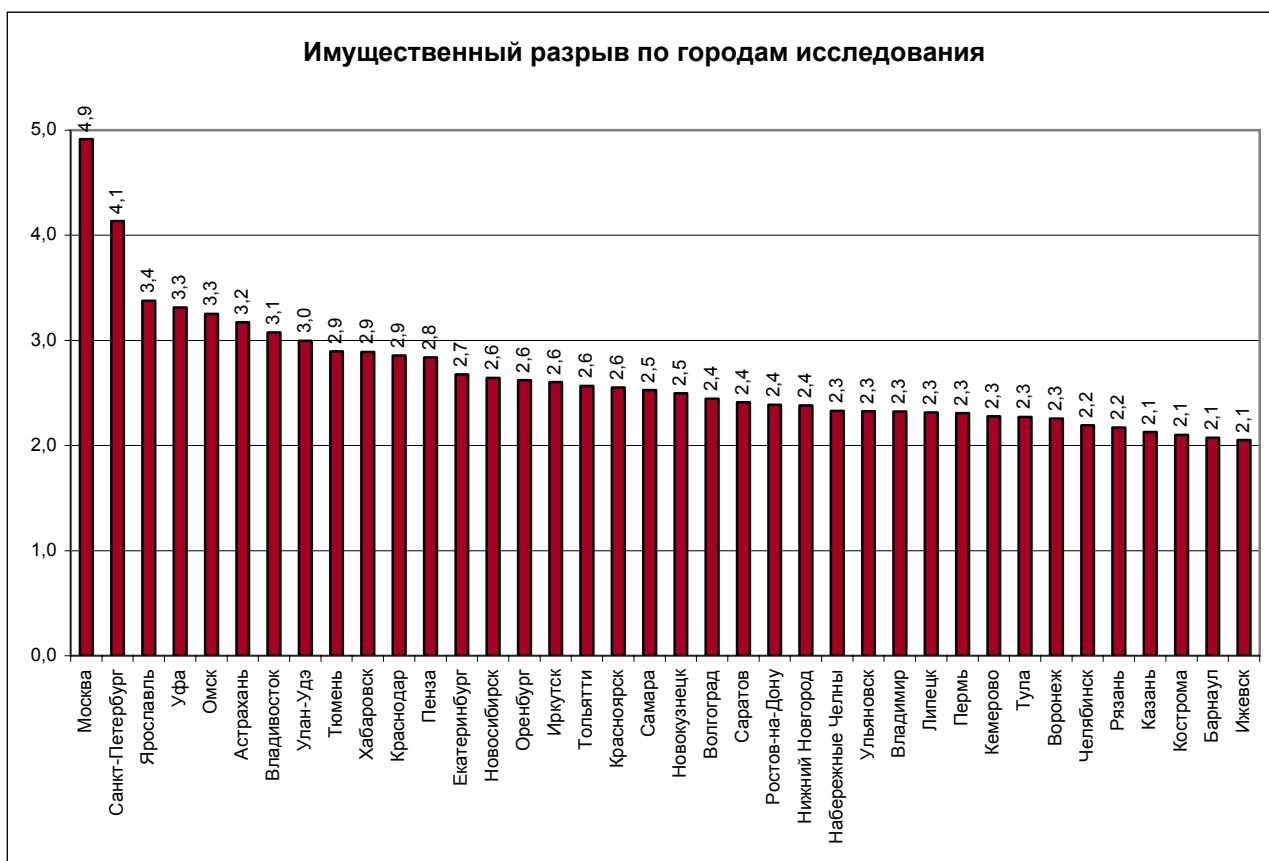


## Центр стратегических исследований

Для описания экономических настроений в обществе можно использовать такой показатель, как **«имущественный разрыв»** - расхождение между фактическим и целевым уровнем дохода, обеспечивающим достижение эталонного качества жизни. Помимо экономического, этот показатель имеет и социальное значение: высокий имущественный разрыв, означающий слишком значительное расхождение между фактическим и желаемым качеством жизни, может означать растущее социальное напряжение. Опасным, по нашим представлениям, является имущественный разрыв, при котором фактическое потребление отстает от желаемого в 5-6 раз.

Исследования ЦСИ Росгосстраха показали, что осенью прошлого года имущественный разрыв был равен трем – в среднем российские потребители считали, что для достижения эталонного уровня потребления им необходимо трехкратное повышение дохода. Весной 2009 года он увеличился до 3,2 раз, т.е. фактически остался на прежнем уровне.

Наибольший имущественный разрыв характерен для Москвы – жители города считают, что они должны зарабатывать в пять раз больше, чем сейчас, для того, чтобы добиться эталонного качества жизни. Петербуржцам для этого необходимо в четыре раза больше, чем они зарабатывают сейчас. Легче других добиться эталонного качества жизни в Костроме, Барнауле и Ижевске. Здесь потребителю для этого требуется «только лишь» удвоить уровень дохода.



Неудовлетворенность потребителей собственной жизнью и стремление достичь целевого уровня потребления – это один из наиболее мощных двигателей развития экономики. С другой стороны, накопленное недовольство и неспособность обеспечить себе и семье эталонное качество жизни может стать причиной социальной нестабильности. Поэтому для достижения устойчивости общества необходимо сохранение и рост доли потребителей, уже реализовавших свои экономические устремления и добившихся целевого уровня потребления. Исследование показало, что в результате кризиса доля тех, кто считает, что уже добился эталонного качества жизни, упало незначительно – с 16% до 13% семей, проживающих в крупных и средних российских городах. Этот показатель превышает значение годичной

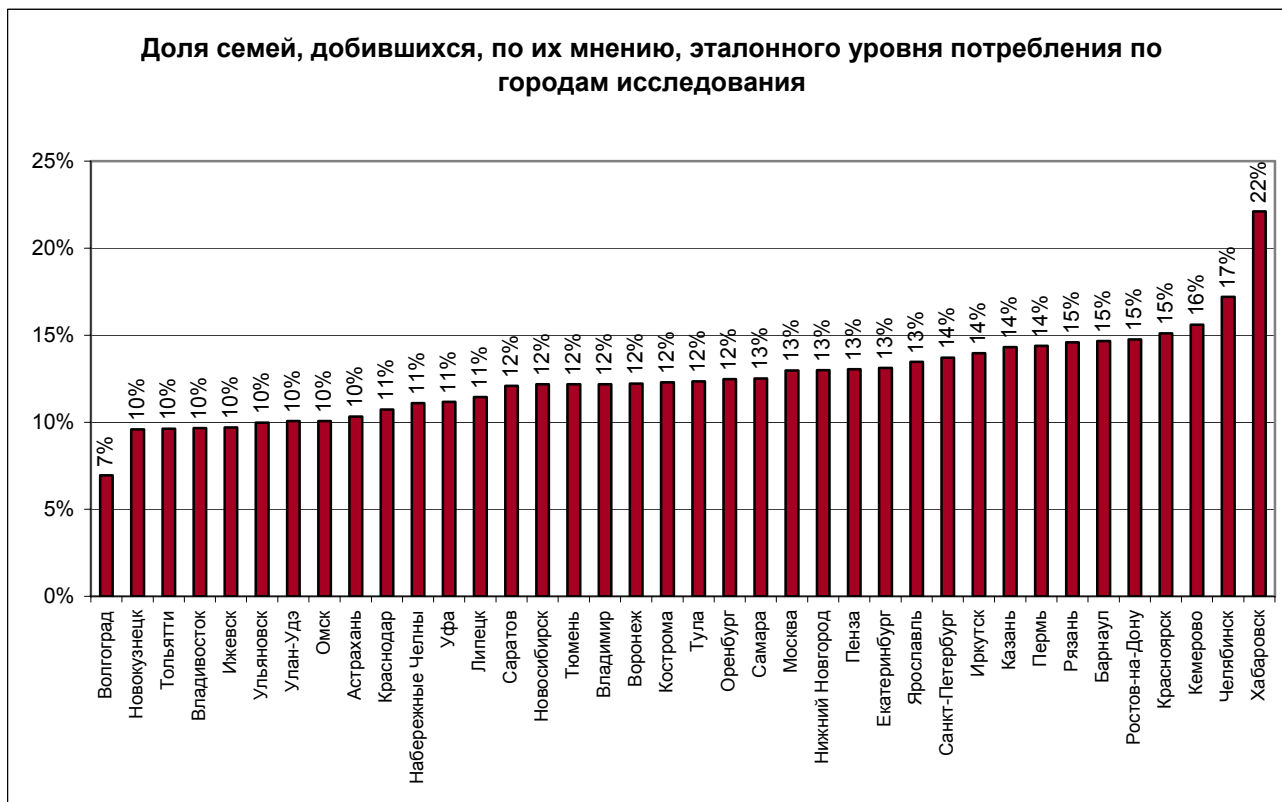


## Центр стратегических исследований

давности – весной 2008 года только 11% потребителей считали, что уже добились эталонного качества жизни.

	2006 год	2007 год	Март 2008 года	Ноябрь 2008 года	Апрель 2009 года
Доля тех, кто добился эталонного уровня потребления	9%	11%	11%	16%	13%
Время, необходимое для достижения эталонного уровня потребления (для тех, кто его пока не добился, но считает, что добьется в будущем), лет	4,1	3,9	3,6	3,7	3,8

Те, кто не смог пока добиться целевого уровня потребления, рассчитывают сделать это в течение ближайших четырех лет. Это говорит о довольно высокой устойчивости экономической системы, способной эффективно сопротивляться внешним негативным воздействиям. Наибольшая доля семей, уже добившихся, по их мнению, эталонного качества жизни, приходится на Хабаровск, Челябинск и Кемерово, наименьшая – на Волгоград, Новокузнецк и Тольятти.





## Центр стратегических исследований

### 6. Динамика численности группы населения, считающего свой уровень жизни нетерпимо плохим

Доля населения, совершенно недовольного своим уровнем жизни, имеет большое значение для понимания протестного потенциала, существующего в обществе: категорическое неприятие сегодняшнего качества жизни может перевести пассивное недовольство населения состоянием дел в активные действия. Здесь важна, во-первых, общая доля людей, считающих свой уровень жизни неприемлемо низким, и, во-вторых, структура этой группы.

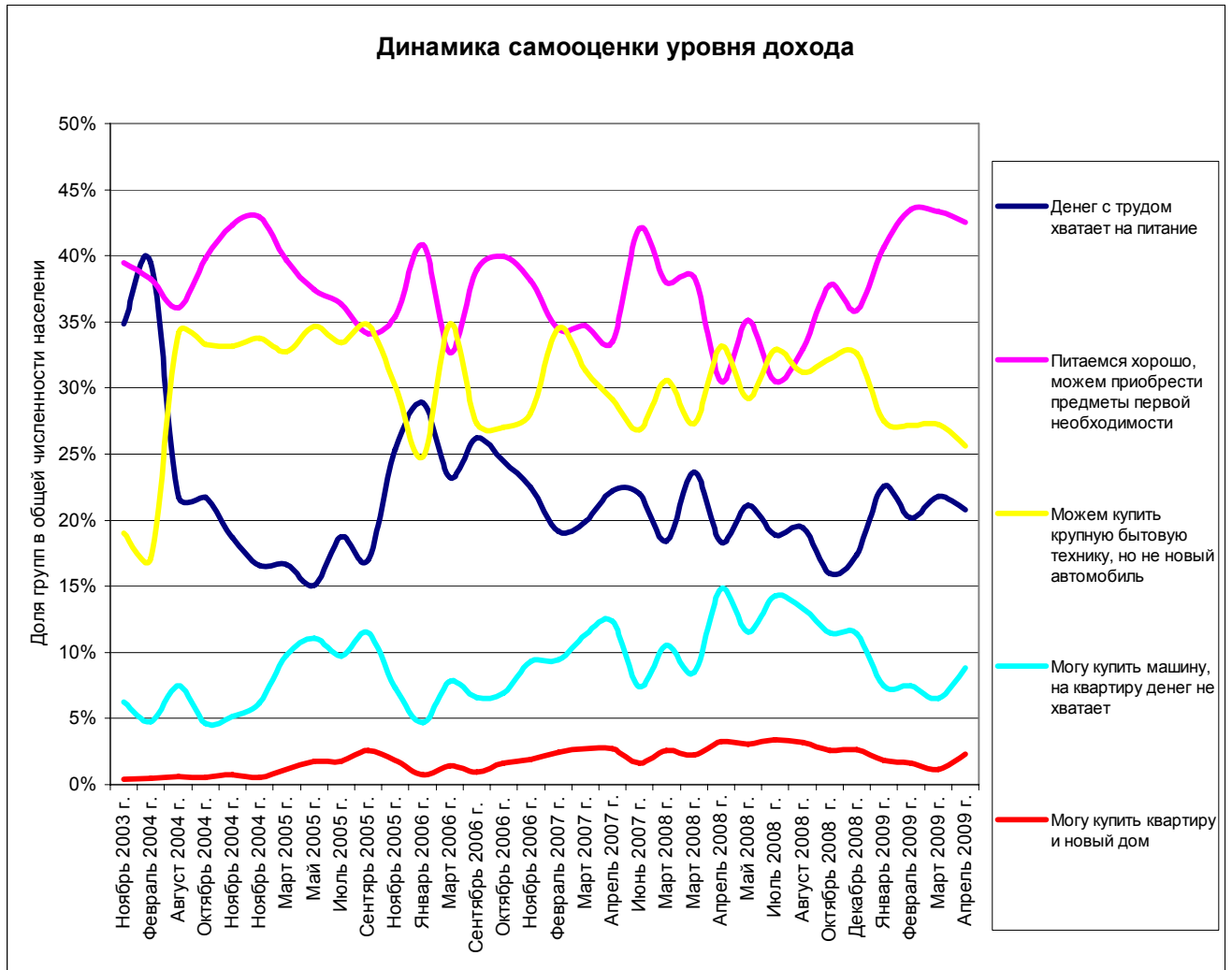
Сегодня только 19% россиян считают свой уровень жизни нетерпимо плохим. Этот показатель находится на уровне осени прошлого года. Как видно, кризис не сдвинул оценку сегодняшнего уровня потребления в худшую сторону. Максимальное число людей, считающих свой уровень жизни неприемлемо плохим, пришлось на март 2009 года, в апреле их доля уже снизилась до докризисного уровня. При этом даже в марте, когда был достигнут пик неудовлетворенности объемом потребления, показатель заметно отставал от уровня 2006 – 2007 годов.



Вполне вероятно, динамика численности группы потребителей, совершенно не удовлетворенных уровнем жизни, прямо связана с самооценкой своего дохода населением. Замеры, проведенные в течение последних лет, показывают, что минимальные значения доли потребителей, считающих, что денег его семье хватает только на питание, пришлось на лето 2005 и предкризисную осень 2008 года. С началом кризиса доля этой группы начала расти, а численность групп с более высоким уровнем дохода – падать. Однако в апреле наметился разворот тренда – доля групп, чьих доходов достаточно для приобретения квартиры или машины, стала восстанавливаться. Остается надеяться, что по мере улучшения дел в экономике эта тенденция останется устойчивой и самооценка благосостояния россиян будет расти.



## Центр стратегических исследований



Если говорить о социальной структуре группы совершенно недовольных уровнем жизни, то в ней преобладают пожилые женщины с низким или очень низким уровнем дохода, а также низким образовательным уровнем.

Доля населения, считающего свой уровень жизни нетерпимо плохим (по социально-демографическим группам)						
	Все население	Самооценка уровня дохода				
		1 им. группа	2 им. группа	3 им. группа	4 им. группа	5 им. группа
Весна 2009 г.	21%	51%	19%	7%	3%	3%
Осень 2008 г.	19%	53%	20%	7%	4%	3%
Пол						
Мужчины			Женщины			
Весна 2009 г.	19%			23%		
Осень 2008 г.	16%			21%		
Возраст						
	18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет	
Весна 2009 г.	9%	16%	24%	27%	29%	
Осень 2008 г.	8%	13%	19%	22%	29%	

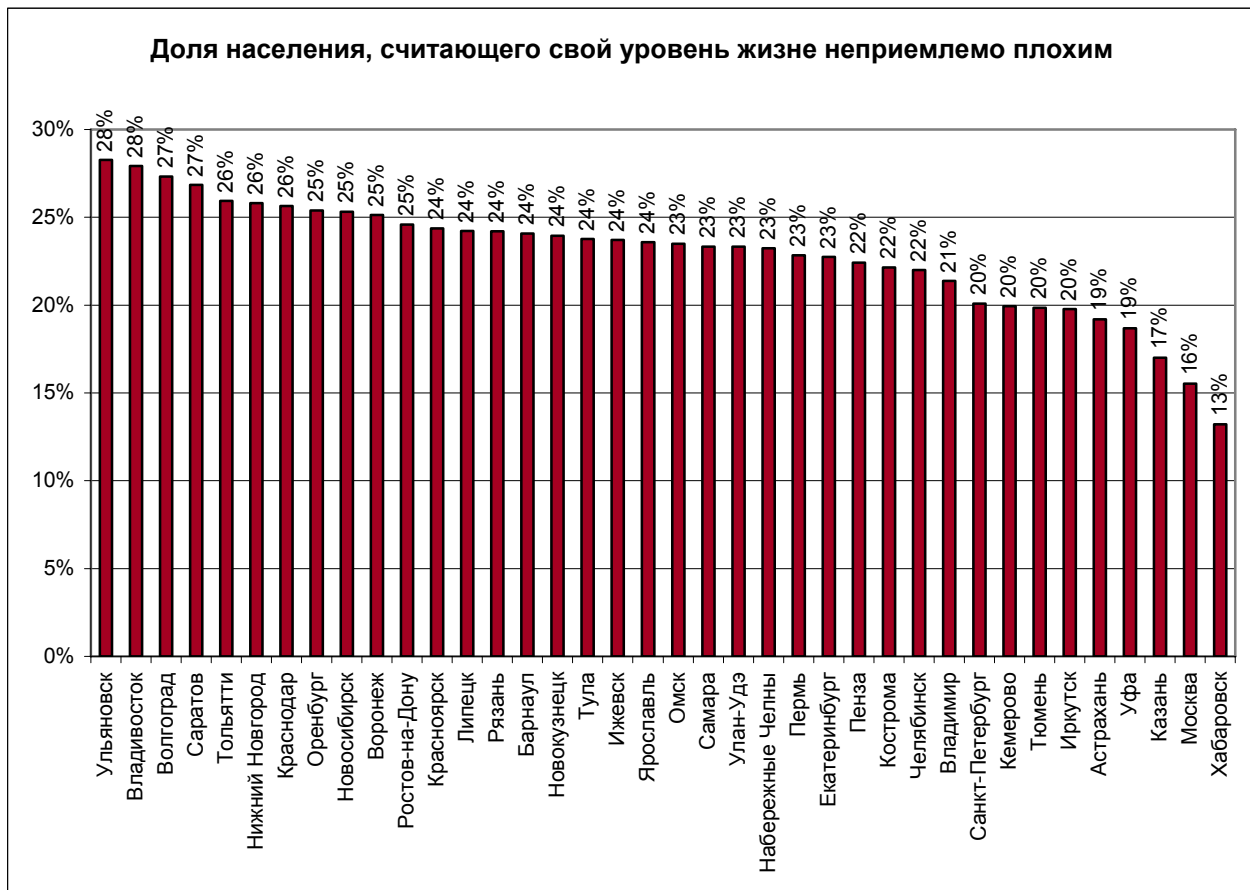


## Центр стратегических исследований

Образование				
	Среднее и неполное среднее	Среднее техническое	Высшее и послевузовское	Незаконченное высшее
Весна 2009 г.	29%	25%	17%	9%
Осень 2008 г.	27%	22%	15%	9%

Наиболее социально активная группа населения – молодые мужчины и женщины с хорошим образованием в своем значительном большинстве не считают свое благосостояние совершенно неудовлетворительным, что может быть гарантией от социальных потрясений.

Наименьшая доля потребителей, недовольных уровнем потребления, приходится на Казань, Москву и Хабаровск. Наибольшая – на Ульяновск, Владивосток и Волгоград. Однако и в наиболее «депрессивных» городах доля населения, считающего собственное положение нетерпимо плохим, составляет менее 30%.







## Центр стратегических исследований

### 7. Удовлетворенность населения своей жизнью

Одним из ключевых показателей состояния общества является удовлетворенность населения своей жизнью в целом. Исследование показало, что кризисные явления в экономике практически не отразились на самочувствии россиян. Уровень удовлетворенности своей жизнью находится на высоком уровне.

	Не могли бы вы определить, в какой степени вы удовлетворены своей жизнью в целом? (от числа определившихся с ответом)			
	Полностью удовлетворен (а)	Скорее удовлетворен (а)	Скорее не удовлетворен (а)	Полностью не удовлетворен (а)
Ноябрь 2008 г.	24%	46%	20%	10%
Январь 2009 г.	26%	46%	18%	9%
Февраль 2009 г.	24%	45%	20%	11%
Март 2009 г.	24%	44%	21%	12%
Начало апреля 2009 г.	30%	41%	20%	9%

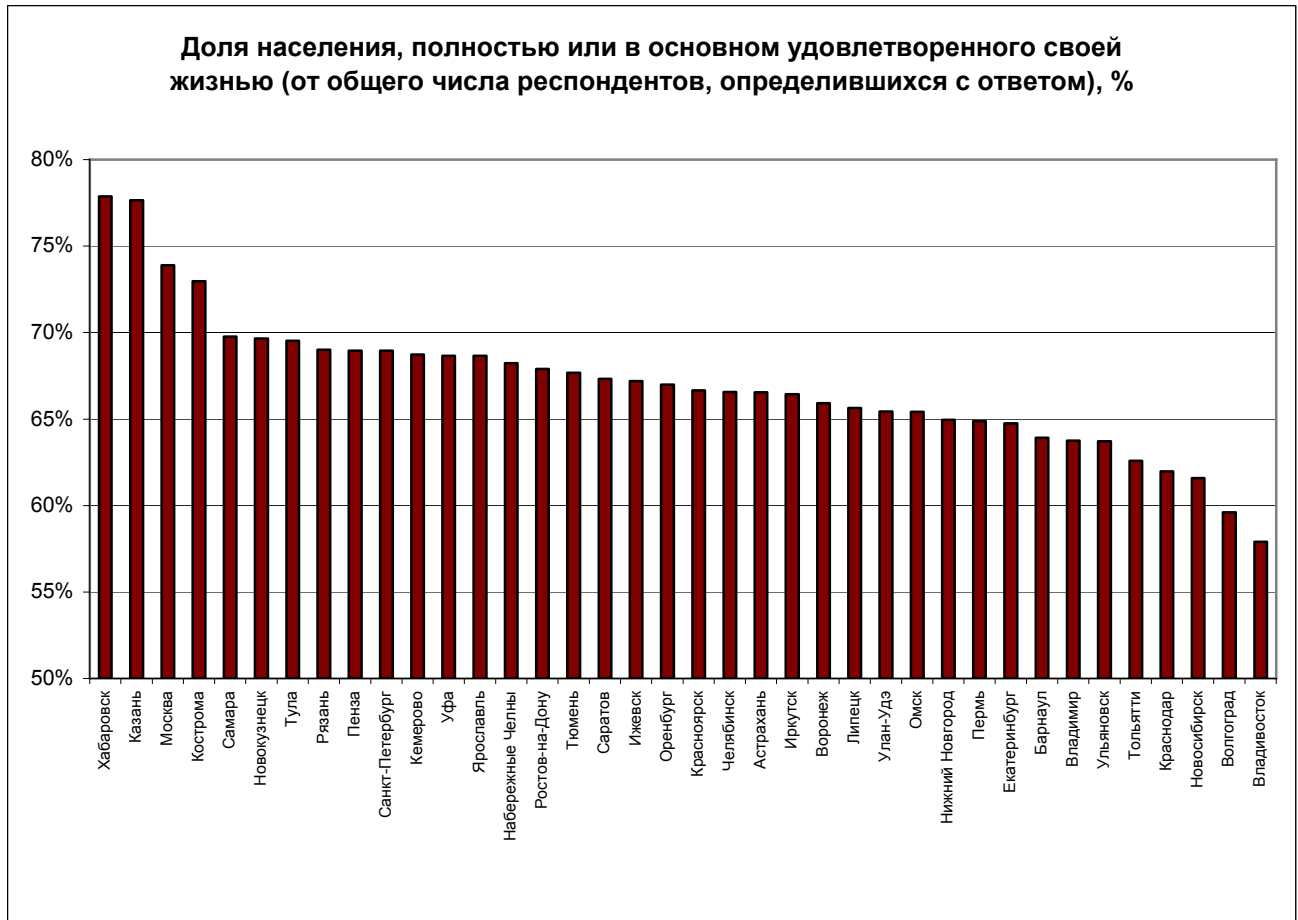


После подъема, связанного с новогодними праздниками, наибольший провал удовлетворенности россиян своей жизнью пришелся на март. Однако в начале апреля ситуация стала выправляться. В частности, это связано с тем, что экономическая ситуация в России оказалась далека от катастрофической. А в конце марта – начале апреля ряд представителей ЦБ, Минфина и других ведомств экономического блока заявили об окончании острой фазы кризиса. Последние экономические данные также свидетельствуют об оживлении в промышленности по сравнению с резким провалом начала года. Все это проявляется в улучшении самочувствия россиян.

Исследование показало, что из числа городов, участвовавших в исследовании, в наибольшей степени своей жизнью удовлетворены жители Хабаровска и Казани, в наименьшей – Волгограда и Владивостока. Однако и в наиболее «недовольных» городах доля населения, удовлетворенного своей жизнью, заметно превосходит число недовольных.



## Центр стратегических исследований





## Центр стратегических исследований

### Приложение 1. Индексы потребительских настроений по городам исследования

Индекс потребительских настроений (ИПН)						
	Весна 2009 г.	Осень 2008 г.	Весна 2008 г.	2007 г.	2006 г.	2005 г.
Астрахань	117	123	129	128	113	111
Барнаул	110	118	131	134	119	115
Владивосток	103	118	128	130	116	106
Владимир	111	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Волгоград	105	119	126	129	117	110
Воронеж	107	116	124	129	113	107
Екатеринбург	113	122	135	131	126	121
Ижевск	112	124	133	135	125	114
Иркутск	112	124	132	130	131	120
Казань	119	131	133	134	123	114
Кемерово	116	126	140	130	130	н/д
Кострома	111	127	134	н/д	н/д	н/д
Краснодар	112	125	133	134	126	116
Красноярск	115	127	137	136	117	109
Липецк	113	119	132	132	126	110
Москва	113	120	126	131	123	116
Набережные Челны	116	125	136	130	131	118
Нижний Новгород	108	123	127	133	121	113
Новокузнецк	114	124	131	136	120	120
Новосибирск	116	123	130	140	112	120
Омск	111	119	130	132	113	113
Оренбург	109	122	127	130	114	117
Пенза	108	124	129	130	116	110
Пермь	110	125	132	130	117	118
Ростов-на-Дону	114	128	136	134	121	116
Рязань	110	117	124	131	115	105
Самара	110	118	131	134	119	113
Санкт-Петербург	111	124	135	135	126	121
Саратов	108	116	122	135	115	110
Тольятти	108	122	128	135	112	113
Тула	109	122	127	134	119	н/д
Тюмень	117	129	138	133	133	127
Улан-Удэ	117	127	141	н/д	н/д	н/д
Ульяновск	109	123	132	130	117	114
Уфа	120	130	136	135	120	123
Хабаровск	120	130	133	134	123	114
Челябинск	116	128	133	127	128	113
Ярославль	106	120	126	127	115	116



Центр стратегических исследований

Индекс текущего состояния (ИТС)						
	Весна 2009	Осень 2008	Весна 2008 г.	2007	2006	2005
	г.	г.				
Астрахань	94	105	108	114	91	97
Барнаул	96	104	116	117	100	100
Владивосток	90	97	110	116	107	102
Владимир	94	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Волгоград	87	107	112	118	100	96
Воронеж	88	100	113	110	108	97
Екатеринбург	86	110	123	120	109	114
Ижевск	96	114	120	118	120	107
Иркутск	94	112	121	112	115	114
Казань	93	111	122	118	110	108
Кемерово	92	111	121	111	112	н/д
Кострома	94	115	120	н/д	н/д	н/д
Краснодар	93	109	116	123	110	104
Красноярск	93	110	119	121	100	99
Липецк	84	107	115	120	112	97
Москва	93	105	115	119	112	107
Набережные Челны	83	110	123	114	121	107
Нижний Новгород	88	106	115	117	109	104
Новокузнецк	77	117	113	119	104	107
Новосибирск	90	106	122	121	102	111
Омск	87	103	113	120	104	100
Оренбург	93	110	111	112	103	106
Пенза	93	112	113	114	101	101
Пермь	91	110	116	113	102	105
Ростов-на-Дону	96	111	117	122	112	99
Рязань	91	110	114	118	105	99
Самара	85	103	116	123	114	110
Санкт-Петербург	91	111	121	125	115	111
Саратов	93	106	109	121	106	100
Тольятти	82	105	108	118	99	97
Тула	95	108	116	118	102	н/д
Тюмень	89	111	120	117	115	110
Улан-Удэ	103	110	118	н/д	н/д	н/д
Ульяновск	97	107	114	118	102	101
Уфа	96	117	120	119	104	111
Хабаровск	109	112	113	116	107	103
Челябинск	92	117	120	112	119	108
Ярославль	79	114	112	113	102	111



Центр стратегических исследований

Индекс краткосрочных ожиданий (ИКСО)						
	Весна 2009 г.	Осень 2008 г.	Весна 2008 г.	2007	2006	2005
Астрахань	93	116	128	130	113	110
Барнаул	77	107	125	134	118	114
Владивосток	75	111	121	129	116	101
Владимир	82	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Волгоград	79	110	123	129	117	108
Воронеж	77	107	118	128	111	104
Екатеринбург	83	112	131	132	129	121
Ижевск	85	112	129	137	124	113
Иркутск	80	112	126	131	135	120
Казань	94	122	129	133	123	113
Кемерово	90	119	139	131	135	н/д
Кострома	79	119	134	н/д	н/д	н/д
Краснодар	84	118	132	133	126	115
Красноярск	90	114	132	135	117	107
Липецк	84	106	131	133	128	110
Москва	86	109	123	131	123	117
Набережные Челны	86	114	133	130	133	119
Нижний Новгород	81	112	123	132	121	112
Новокузнецк	90	112	130	136	122	121
Новосибирск	90	110	122	141	109	119
Омск	80	107	126	129	111	110
Оренбург	79	113	125	128	115	117
Пенза	75	114	126	132	116	109
Пермь	79	111	129	129	117	120
Ростов-на-Дону	86	118	133	135	122	118
Рязань	78	103	120	132	115	102
Самара	82	109	125	135	120	110
Санкт-Петербург	79	112	133	135	128	123
Саратов	78	104	117	135	112	110
Тольятти	79	112	124	137	114	113
Тула	75	115	124	136	119	н/д
Тюмень	89	120	135	132	138	130
Улан-Удэ	87	116	138	н/д	н/д	н/д
Ульяновск	78	117	133	128	118	114
Уфа	92	119	133	133	121	124
Хабаровск	85	124	132	132	125	114
Челябинск	86	116	127	128	129	110
Ярославль	74	110	122	126	116	117



Центр стратегических исследований

Индекс среднесрочных ожиданий на ближайшие 5-7 лет (ИССО)

	Весна 2009	Осень 2008	Весна 2008	2007	2006	2005
	г.	г.	г.			
Астрахань	147	136	137	130	120	120
Барнаул	148	133	143	141	127	123
Владивосток	135	133	141	136	119	114
Владимир	147	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Волгоград	137	133	135	133	122	121
Воронеж	143	131	133	136	118	116
Екатеринбург	152	137	143	135	129	124
Ижевск	145	139	142	140	128	120
Иркутск	148	141	142	135	133	122
Казань	154	146	142	140	127	117
Кемерово	149	139	147	136	133	н/д
Кострома	149	139	140	н/д	н/д	н/д
Краснодар	145	138	141	138	131	122
Красноярск	148	145	148	141	122	118
Липецк	153	136	139	135	129	117
Москва	147	136	133	136	127	118
Набережные Челны	158	142	144	136	132	123
Нижний Новгород	141	140	135	140	124	119
Новокузнецк	149	138	139	142	123	123
Новосибирск	150	142	141	146	118	126
Омск	149	136	140	138	119	123
Оренбург	145	135	136	138	117	123
Пенза	146	137	137	132	122	115
Пермь	148	143	140	137	123	123
Ростов-на-Дону	149	142	144	137	123	122
Рязань	147	133	131	134	120	115
Самара	146	132	142	137	120	120
Санкт-Петербург	149	141	141	139	128	125
Саратов	144	130	132	139	120	116
Тольятти	147	136	138	139	115	122
Тула	147	135	135	137	124	н/д
Тюмень	154	144	146	140	134	130
Улан-Удэ	153	144	150	н/д	н/д	н/д
Ульяновск	144	134	138	135	121	120
Уфа	156	145	144	142	125	128
Хабаровск	158	142	141	141	127	120
Челябинск	154	144	142	132	130	119
Ярославль	146	132	134	133	117	117



Центр стратегических исследований

Индекс личных ожиданий (ИЛО)					
	Весна 2009 г.	Осень 2008 г.	Весна 2008 г.	2007	2006
Астрахань	121	130	131	132	120
Барнаул	118	125	135	131	128
Владивосток	110	122	132	136	116
Владимир	115	н/д	н/д	н/д	н/д
Волгоград	111	127	130	133	124
Воронеж	113	125	126	131	124
Екатеринбург	117	127	135	134	127
Ижевск	119	134	141	140	126
Иркутск	116	129	133	131	128
Казань	119	135	137	134	121
Кемерово	114	128	136	136	127
Кострома	112	130	132	н/д	н/д
Краснодар	113	129	132	140	128
Красноярск	117	135	138	136	121
Липецк	113	123	129	135	120
Москва	112	127	129	135	123
Набережные Челны	116	130	136	133	131
Нижний Новгород	115	130	130	139	124
Новокузнецк	114	125	131	135	116
Новосибирск	119	126	131	140	114
Омск	115	125	133	130	120
Оренбург	116	131	130	130	117
Пенза	114	131	130	134	118
Пермь	115	131	134	132	120
Ростов-на-Дону	117	133	137	133	123
Рязань	110	126	127	133	116
Самара	114	126	135	135	125
Санкт-Петербург	115	129	135	134	126
Саратов	112	128	129	138	123
Тольятти	109	128	133	139	114
Тула	112	129	130	133	119
Тюмень	116	132	133	135	126
Улан-Удэ	122	132	137	н/д	н/д
Ульяновск	112	128	131	137	121
Уфа	121	134	134	136	123
Хабаровск	124	131	133	133	120
Челябинск	114	133	135	130	127
Ярославль	112	123	128	134	120



Центр стратегических исследований

Индекс общественных ожиданий (ИОО)					
	Весна 2009 г.	Осень 2008 г.	Весна 2008 г.	2007	2006
Астрахань	124	132	144	136	141
Барнаул	121	120	138	134	133
Владивосток	107	119	128	130	118
Владимир	112	125	135	133	120
Волгоград	108	116	125	133	110
Воронеж	109	120	128	128	115
Екатеринбург	115	120	133	136	113
Ижевск	118	129	148	н/д	н/д
Иркутск	115	129	139	н/д	н/д
Казань	123	129	135	130	131
Кемерово	120	124	133	129	115
Кострома	116	127	138	133	129
Краснодар	109	123	132	132	119
Красноярск	121	126	132	145	113
Липецк	119	120	127	133	126
Москва	110	120	130	135	115
Набережные Челны	114	125	138	138	129
Нижний Новгород	114	125	135	134	137
Новокузнецк	114	н/д	н/д	н/д	н/д
Новосибирск	126	134	134	138	127
Омск	120	127	141	139	119
Оренбург	123	125	136	141	126
Пенза	115	122	130	137	114
Пермь	110	118	134	140	120
Ростов-на-Дону	118	123	138	133	130
Рязань	109	124	129	134	122
Самара	114	114	125	133	118
Санкт-Петербург	117	129	140	137	122
Саратов	113	118	132	136	117
Тольятти	103	122	130	131	118
Тула	111	124	138	129	119
Тюмень	123	129	146	133	137
Улан-Удэ	125	127	140	133	134
Ульяновск	110	112	122	137	112
Уфа	125	131	141	138	123
Хабаровск	121	134	138	139	129
Челябинск	111	123	129	138	122
Ярославль	113	122	133	137	126





**Центр стратегических исследований**

**Приложение 2. Динамика индексов потребительских настроений по социально-демографическим группам**

**Динамика индексов по возрастным группам**

		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
<b>До 30 лет</b>	Весна 2009 г.	129	101	100	168	141	130
	Осень 2008 г.	142	134	128	159	160	135
	Весна 2008 г.	147	139	138	159	157	144
	2007 г.	152	141	149	159	161	151
	2006 г.	143	135	142	147	151	142
	2005 г.	138	133	137	143	н/д	н/д
<b>30-40 лет</b>	Весна 2009 г.	115	95	78	158	122	116
	Осень 2008 г.	128	115	115	145	140	125
	Весна 2008 г.	136	123	129	148	141	137
	2007 г.	139	123	138	146	145	140
	2006 г.	127	109	128	132	132	128
	2005 г.	121	109	121	126	н/д	н/д
<b>40-50 лет</b>	Весна 2009 г.	106	89	74	144	106	111
	Осень 2008 г.	119	104	107	137	125	121
	Весна 2008 г.	124	109	121	133	126	127
	2007 г.	129	111	131	134	131	133
	2006 г.	120	104	121	124	117	125
	2005 г.	111	100	111	116	н/д	н/д
<b>50-60 лет</b>	Весна 2009 г.	102	84	72	138	97	109
	Осень 2008 г.	116	100	107	130	112	122
	Весна 2008 г.	123	106	122	130	116	130
	2007 г.	121	107	123	124	115	128
	2006 г.	111	97	113	115	104	119
	2005 г.	105	92	106	110	н/д	н/д
<b>Более 60 лет</b>	Весна 2009 г.	106	87	86	133	105	112
	Осень 2008 г.	111	96	105	123	111	116
	Весна 2008 г.	121	106	123	124	119	126
	2007 г.	118	105	120	121	118	121
	2006 г.	106	97	106	109	106	108
	2005 г.	105	94	105	110	н/д	н/д



## Центр стратегических исследований

### Динамика индексов по образовательным группам

		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
<b>Среднее и неполное среднее</b>	Весна 2009 г.	111	83	94	138	111	118
	Осень 2008 г.	119	105	115	129	122	122
	Весна 2008 г.	127	112	127	131	125	131
	2007 г.	123	112	124	126	125	125
	2006 г.	114	102	114	119	115	117
	2005 г.	110	100	110	116	н/д	н/д
<b>Среднее техническое</b>	Весна 2009 г.	111	86	86	145	113	117
	Осень 2008 г.	121	106	114	133	126	122
	Весна 2008 г.	129	114	126	136	129	132
	2007 г.	129	116	129	134	131	132
	2006 г.	117	105	118	121	118	120
	2005 г.	112	98	113	118	н/д	н/д
<b>Высшее и послевузовское</b>	Весна 2009 г.	110	98	75	150	112	113
	Осень 2008 г.	123	111	109	142	130	123
	Весна 2008 г.	131	117	125	141	134	133
	2007 г.	137	121	136	142	139	139
	2006 г.	125	113	126	129	126	128
	2005 г.	118	112	118	122	н/д	н/д
<b>Незаконченное высшее</b>	Весна 2009 г.	126	94	97	165	138	128
	Осень 2008 г.	139	123	125	158	155	135
	Весна 2008 г.	144	134	136	155	153	142
	2007 г.	147	128	143	158	151	150
	2006 г.	139	128	138	144	144	139
	2005 г.	134	124	134	140	н/д	н/д

### Динамика индексов по гендерным группам

		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
<b>Мужской</b>	Весна 2009 г.	112	92	85	147	115	116
	Осень 2008 г.	126	114	115	140	132	126
	Весна 2008 г.	131	120	128	138	134	133
	2007 г.	137	123	139	140	139	140
	2006 г.	127	114	129	129	128	129
	2005 г.	122	112	124	123	н/д	н/д
<b>Женский</b>	Весна 2009 г.	112	91	82	149	114	116
	Осень 2008 г.	121	106	110	137	127	122
	Весна 2008 г.	130	115	126	139	131	133
	2007 г.	130	117	129	136	133	132
	2006 г.	119	107	119	124	121	122
	2005 г.	113	103	112	120	н/д	н/д



### Центр стратегических исследований

#### Приложение 3. Ожидаемое изменение дохода в краткосрочной и среднесрочной перспективе по городам исследования

	Предполагаемое изменение дохода в течение ближайшего года	Предполагаемое изменение дохода в течение ближайших 5-7 лет
Астрахань	2%	57%
Барнаул	2%	58%
Владивосток	1%	53%
Владимир	2%	52%
Волгоград	0%	50%
Воронеж	-2%	57%
Екатеринбург	-2%	68%
Ижевск	0%	55%
Иркутск	2%	58%
Казань	2%	53%
Кемерово	1%	53%
Кострома	-2%	51%
Краснодар	1%	60%
Красноярск	3%	51%
Липецк	-4%	50%
Москва	0%	48%
Набережные Челны	-7%	66%
Нижний Новгород	3%	51%
Новокузнецк	0%	62%
Новосибирск	4%	56%
Омск	-1%	58%
Оренбург	0%	51%
Пенза	-3%	49%
Пермь	-1%	53%
Ростов-на-Дону	-1%	55%
Рязань	1%	49%
Самара	0%	52%
Санкт-Петербург	-1%	58%
Саратов	1%	59%
Тольятти	-5%	48%
Тула	-3%	47%
Тюмень	-2%	60%
Улан-Удэ	5%	54%
Ульяновск	-1%	50%
Уфа	5%	56%
Хабаровск	2%	64%
Челябинск	-1%	58%
Ярославль	-4%	51%