



Центр стратегических исследований

Экономические настроения населения весной 2010 года: уровень оптимизма россиян снижается

1. Об индексах потребительских настроений

Центр стратегических исследований Росгосстраха в мае нынешнего года провел очередное (восьмое) исследование, посвященное анализу экономических настроений российского населения. Оно охватило 40 городов¹, всего в исследовании приняли участие 8 тыс. 139 человек.

Экономические ожидания населения отражаются системой показателей, основа которой – комплекс индексов потребительских настроений². Они основаны на потребительских оценках сегодняшнего уровня благополучия, возможностей его улучшения в краткосрочной и среднесрочной перспективе, а также ожиданиях 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 этом году?
- 3) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в России в этом году?
- 4) Как по вашему мнению изменится экономическая ситуация в вашем городе в этом 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?

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, или, наоборот, доходы за прошедшее время упали.

¹ Это Астрахань, Барнаул, Владивосток, Владимир, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Иркутск, Казань, Кемерово, Кострома, Краснодар, Красноярск, Липецк, Москва, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новокузнецк, Новороссийск, Новосибирск, Омск, Оренбург, Пенза, Пермь, Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Сочи, Тольятти, Тула, Тюмень, Улан-Удэ, Ульяновск, Уфа, Хабаровск, Челябинск, Ярославль.

² 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 варианты «не знаю», «не могу определиться», «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 население, и, соответственно, от него следует ждать более высокой экономической активности.



Центр стратегических исследований

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 ряда показателей, куда среди прочего входят

- ожидаемое изменение уровня дохода в краткосрочной и долгосрочной перспективе,
- оценка уровня жизни как нетерпимо плохого,
- сроки достижения целевого качества жизни,
- удовлетворенность жизнью в целом.

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

2. Основные результаты исследования

Основным итогом замеров экономических настроений потребителей является снижение уровня экономического оптимизма населения по сравнению с показателями осени 2009 года практически по всем позициям (желтым отмечено падение показателя, зеленым – его рост).

	ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
Весна 2010 г.	123	84	119	140	126	131
Осень 2009 г.	125	70	123	144	131	135
Весна 2009 г.	112	91	84	148	114	116
Осень 2008 г.	123	110	113	139	129	124
Весна 2008 г.	130	117	127	138	132	133
Лето 2007 г.	132	119	132	137	135	135
Весна 2006 г.	121	109	122	125	123	124
Весна 2005 г.	116	106	116	121		

Единственной позицией, по которой мы видим улучшение, является индекс текущего состояния **ИТС**, отражающий потребительское восприятие экономических итогов последнего года. Его рост связан с улучшением экономического положения населения осенью 2009 и весной 2010 года, которое было вызвано завершением кризиса, восстановлением роста экономики и сокращением безработицы.

Общее снижение уровня экономического оптимизма потребителей объясняется тем, что экономический рост в последние полгода оказался значительно ниже ожиданий населения. Быстрый докризисный рост доходов населения не возобновился, и, соответственно, ожидания повышения благосостояния в ближайшей перспективе стали менее радужными. С другой стороны, индекс среднесрочных ожиданий **ИССО**, отражающий мнение потребителей относительно роста благосостояния через 5-7 лет, по-прежнему остается на высоком уровне. Это говорит о том, что население переносит свои ожидания относительно увеличения доходов на более отдаленную перспективу в 5-7 лет. Хотя, надо отметить, и здесь происходит сокращение потребительского оптимизма – прежние «радужные» ожидания уступают более трезвому взгляду на жизнь.

Более подробные данные относительно динамики индексов по социально-демографическим группам приведены в Приложении 1. Из данных, приведенных в Приложении, видно, что, как и прежде, наивысший уровень индекса потребительских настроений демонстрируют молодежь (студенты), а также группа населения с высоким уровнем доходов. На фоне общего падения уровня оптимизма можно отметить несколько социальных групп, экономические настроения которых в последнее время улучшились. Это лица старшего возраста, которые заявляют о заметном улучшении своего материального положения в прошлом году – возможно, за счет роста пенсий и прочих пособий. Вторая группа с растущим индексом



Центр стратегических исследований

потребительских настроений – это наиболее состоятельные россияне. Верхняя часть среднего класса мало пострадала в кризис, кроме того, оценки роста благополучия в перспективе 5-7 лет среди состоятельного населения в последнее время заметно улучшились.

3. Ожидания населения относительно роста доходов

В начале 2010 года потребители заметно снизили свои ожидания относительно роста доходов в 2010 году и на среднесрочную перспективу в 5-7 лет. В конце 2009 года, на волне эйфории по поводу относительно безболезненного окончания кризиса и повышенных ожиданий относительно быстрого восстановления экономики, потребители ориентировались на рост доходов в 16% за ближайший год. Сегодня всем стало понятно, что сверхвысокие темпы роста благосостояния остались в прошлом. Поэтому население отказалось от прежних очевидно завышенных ожиданий и ориентируется на более скромный, но и более реалистичный среднегодовой рост доходов в 10% (заметим, что и такой рост благосостояния будет довольно сложно обеспечить). С другой стороны, долгосрочные ожидания относительно роста доходов по-прежнему остаются высокими – население не отказывается от своей мечты о росте благополучия, которое наступит рано или поздно.

	Предполагаемое краткосрочное изменение дохода в течение ближайшего года	Ожидания относительно роста доходов в перспективе 5-7 лет
Весна 2010 г.	10%	48%
Осень 2009 г.	16%	54%
Весна 2009 г.	0%	54%
Осень 2008 г.	14%	48%
Весна 2008 г.	11%	49%
Лето 2007 г.	14%	46%
Весна 2006 г.	10%	36%
Весна 2005 г.	6%	37%

В Приложении 2 приведены ожидания россиян относительно роста доходов по социально-демографическим группам. Из таблиц видно, что наивысшего роста доходов в течение ближайшего года ожидают студенты (рост на 29%), а также наиболее состоятельные россияне (+22%). Им же свойственны наиболее оптимистические ожидания относительно роста благосостояния в течение ближайших 5-7 лет. Первые хотели бы увеличить свои доходы в 2 раза, вторые – на 60-70%. Любопытно, что ожидания наиболее состоятельных россиян относительно повышения уровня дохода несколько ниже, нежели среди основной массы среднего класса. Очевидно, самые богатые респонденты уже довольны жизнью и не видят смысла в поддержании экономической активности на высоком уровне.

4. Оценка уровня жизни как нетерпимо плохого

Весной 2010 года в России произошло заметное падение доли населения, считающего свой уровень жизни нетерпимо плохим. Достигнув локального максимума на пике кризиса, весной 2009 года, численность этой группы заметно снизилась уже к осени 2009 г., а весной 2010 г. достигла минимума за все время проведения замеров. Сегодня только 15% россиян, проживающих в крупных и средних городах, считают свой уровень жизни нетерпимо плохим.

Как и прежде, группа потребителей, совершенно недовольных уровнем жизни, в основном состоит из пожилых людей с низкими доходами. Как представляется, индексация пенсий в 2009 году и перспективы ее повышения в 2010 году привели к тому, что пожилые люди больше не считают себя крайне бедными³.

³ Согласно информации Правительства, в 2009 г. пенсии индексировались четыре раза, и в реальном выражении их среднегодовой рост составил 10,7%. По итогам 2010 года среднегодовой размер пенсии увеличится еще, как минимум, на 45%.



Центр стратегических исследований



Доля респондентов, считающих свой уровень жизни нетерпимо плохим по социально-демографическим группам					
Пол					
Мужчины		Женщины			
14%		16%			
Возраст					
18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет	
8%	12%	20%	23%	16%	
Образование					
Среднее и неполное среднее		Среднее техническое	Высшее и послевузовское	Незаконченное высшее	
19%		20%	13%	8%	
Самооценка уровня дохода					
Все население	1 им. группа	2 им. группа	3 им. группа	4 им. группа	5 им. группа
15%	44%	16%	5%	3%	4%



Центр стратегических исследований

5. Способность россиян добиться желаемого уровня благосостояния

Одна из наиболее важных характеристик экономических настроений общества – это оценка потребителем своей способности добиться желаемого уровня благосостояния. Согласно последним данным, 15% россиян уже достигли целевого уровня дохода и еще 30% добьются желаемого благосостояния в течение ближайших 15 лет. Остальные либо не смогли определиться с ответом, либо заявили, что никогда не добьются высокого уровня дохода.

	Весна 2010 г.	Осень 2009 г.	Весна 2009 г.	Осень 2008 г.	Весна 2008 г.	Лето 2007 г.	Осень 2006 г.
Уже добился	15%	14%	13%	16%	11%	11%	9%
Через 2-5 лет	26%	28%	25%	25%	26%	25%	22%
Через 6-15 лет	5%	5%	4%	4%	3%	4%	5%
Не могу определиться, никогда не добьюсь	54%	52%	58%	55%	60%	60%	64%

Как видно из таблицы, сегодня доля тех, кто уже добился целевого уровня благосостояния, вернулась на докризисный уровень, соответствующий осени 2008 года. А 31% респондентов намерены достичь целевого уровня благополучия в среднесрочной или долгосрочной перспективе. Это достаточно высокий показатель, заметно превышающий докризисный уровень. Он свидетельствует о развитии российской экономики, который вызывает повышение спроса на рабочие руки вообще и квалифицированные кадры – в особенности. За счет этого все большее количество людей могут повысить уровень жизни до желаемого уровня.

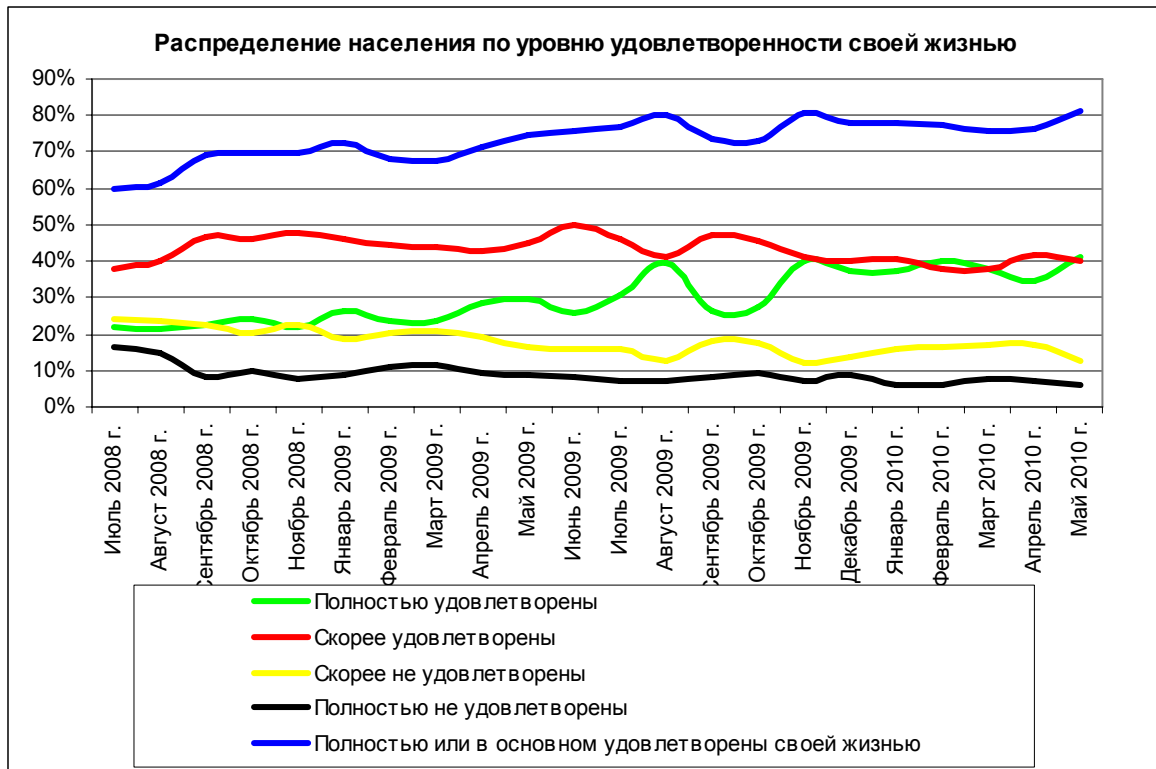
Наибольшая доля тех, кто уже добился желаемого уровня жизни или рассчитывает добиться его в будущем, приходится на молодежь, студентов и лиц с высшим образованием. Доля этой группы заметно снижается среди тех, кому больше 50 лет – здесь проходит возрастной «водораздел» между теми, кто настроен на достижение жизненного успеха, и между теми, кто не может или не хочет бороться за улучшения в своей жизни.

Доля тех, кто уже добился желаемого уровня жизни или намерен его достигнуть в ближайшие 15 лет (по социально-демографическим группам)					
Пол					
Мужчины			Женщины		
54%			38%		
Возраст					
18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет	
89%	66%	49%	20%	12%	
Образование					
Среднее и неполное среднее	Среднее техническое	Высшее и послевузовское		Незаконченное высшее	
30%	34%	53%		79%	
Самооценка уровня дохода					
Все население	1 им. группа	2 им. группа	3 им. группа	4 им. группа	5 им. группа
46%	17%	37%	63%	78%	87%

При этом, как показывают исследования Росгосстраха, уровень удовлетворенности россиян своей жизнью находится сейчас на уровнях, близких к рекордным значениям. В мае своей жизнью полностью или в основном были удовлетворены 81% жителей крупных, средних и малых российских городов.



Центр стратегических исследований





Центр стратегических исследований

Приложение 1. Динамика индексов потребительских настроений по городам, а также в зависимости от пола, возраста, образования и уровня доходов

Индексы потребительских настроений по разным видам городов					
		Вся выборка	Города - миллионники	Средние города	Малые города
ИПН	Весна 2010 г.	123	123	123	122
	Осень 2009 г.	125	124	125	128
	Весна 2009 г.	112	113	111	113
	Осень 2008 г.	123	123	123	128
	Весна 2008 г.	130	130	130	134
	Лето 2007 г.	132	133	132	132
	Весна 2006 г.	121	122	120	122
	Весна 2005 г.	116	117	113	н/д
ИТС	Весна 2010 г.	123	123	123	122
	Осень 2009 г.	70	69	71	76
	Весна 2009 г.	91	92	91	97
	Осень 2008 г.	110	110	109	112
	Весна 2008 г.	117	118	115	119
	Лето 2007 г.	119	120	116	118
	Весна 2006 г.	109	111	106	111
	Весна 2005 г.	106	107	102	н/д
ИКСО	Весна 2010 г.	123	123	123	122
	Осень 2009 г.	123	124	123	124
	Весна 2009 г.	84	85	81	83
	Осень 2008 г.	113	112	113	119
	Весна 2008 г.	127	126	127	130
	Лето 2007 г.	132	133	132	133
	Весна 2006 г.	122	123	120	122
	Весна 2005 г.	116	117	113	н/д
ИССО	Весна 2010 г.	123	123	123	122
	Осень 2009 г.	144	144	145	150
	Весна 2009 г.	148	148	147	149
	Осень 2008 г.	139	139	137	142
	Весна 2008 г.	138	138	139	143
	Лето 2007 г.	137	137	137	137
	Весна 2006 г.	125	126	124	125
	Весна 2005 г.	121	121	120	н/д
ИЛО	Весна 2010 г.	123	123	123	122
	Осень 2009 г.	131	131	131	132
	Весна 2009 г.	114	115	114	117
	Осень 2008 г.	129	130	129	131
	Весна 2008 г.	132	132	132	133
	Лето 2007 г.	135	135	134	134
	Весна 2006 г.	123	123	122	122
	Весна 2010 г.	123	123	123	122
ИОО	Осень 2009 г.	135	135	136	140
	Весна 2009 г.	116	118	114	116
	Осень 2008 г.	124	124	123	130
	Весна 2008 г.	133	132	133	138
	Лето 2007 г.	135	135	134	135
	Весна 2006 г.	124	125	122	125



Центр стратегических исследований

Динамика индексов потребительских настроений в зависимости от пола потребителей							
		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
Мужчины	Весна 2010 г.	123	82	120	139	128	131
	Осень 2009 г.	123	67	122	142	131	132
	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
	Лето 2007 г.	137	123	139	140	139	140
	Весна 2006 г.	127	114	129	129	128	129
Весна 2005 г.	122	112	124	123	н/д	н/д	
Женщины	Весна 2010 г.	123	86	118	141	125	132
	Осень 2009 г.	127	73	125	147	130	138
	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
	Лето 2007 г.	130	117	129	136	133	132
	Весна 2006 г.	119	107	119	124	121	122
Весна 2005 г.	113	103	112	120	н/д	н/д	

Динамика индексов потребительских настроений в зависимости от возраста потребителей							
		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
До 30 лет	Весна 2010 г.	140	89	134	162	158	143
	Осень 2009 г.	141	74	138	166	158	149
	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
	Лето 2007 г.	152	141	149	159	161	151
	Весна 2006 г.	143	135	142	147	151	142
Весна 2005 г.	138	133	137	143	н/д	н/д	
30-40 лет	Весна 2010 г.	124	71	119	147	135	132
	Осень 2009 г.	127	62	124	153	140	137
	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
	Лето 2007 г.	139	123	138	146	145	140
	Весна 2006 г.	127	109	128	132	132	128
Весна 2005 г.	121	109	121	126	н/д	н/д	
40-50 лет	Весна 2010 г.	115	62	110	137	122	125
	Осень 2009 г.	120	55	119	143	125	134
	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
	Лето 2007 г.	129	111	131	134	131	133
	Весна 2006 г.	120	104	121	124	117	125
Весна 2005 г.	111	100	111	116	н/д	н/д	
50-60 лет	Весна 2010 г.	111	69	109	126	103	125
	Осень 2009 г.	112	59	110	133	107	128
	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
	Лето 2007 г.	121	107	123	124	115	128
	Весна 2006 г.	111	97	113	115	104	119
Весна 2005 г.	105	92	106	110	н/д	н/д	
Более 60 лет	Весна 2010 г.	120	107	117	128	111	128
	Осень 2009 г.	119	87	122	128	119	128
	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
	Лето 2007 г.	118	105	120	121	118	121
	Весна 2006 г.	106	97	106	109	106	108
Весна 2005 г.	105	94	105	110	н/д	н/д	



Центр стратегических исследований

Динамика индексов потребительских настроений в зависимости от возраста потребителей							
		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИПО	ИОО
Среднее и неполное среднее	Весна 2010 г.	122	91	119	135	122	129
	Осень 2009 г.	123	74	125	136	125	133
	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
	Лето 2007 г.	123	112	124	126	125	125
	Весна 2006 г.	114	102	114	119	115	117
Среднее техническое	Весна 2010 г.	120	83	116	136	121	129
	Осень 2009 г.	124	68	123	143	128	136
	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
	Лето 2007 г.	129	116	129	134	131	132
	Весна 2006 г.	117	105	118	121	118	120
Высшее и послевузовское	Весна 2010 г.	123	80	119	141	126	132
	Осень 2009 г.	123	69	120	145	131	134
	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
	Лето 2007 г.	137	121	136	142	139	139
	Весна 2006 г.	125	113	126	129	126	128
Незаконченное высшее	Весна 2010 г.	136	89	130	157	150	140
	Осень 2009 г.	141	76	139	164	154	150
	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
	Лето 2007 г.	147	128	143	158	151	150
	Весна 2006 г.	139	128	138	144	144	139
Весна 2005 г.	134	124	134	140	н/д	н/д	



Центр стратегических исследований

Динамика индексов потребительских настроений в зависимости от самооценки уровня благосостояния потребителей							
		ИПН	ИТС	ИКСО	ИССО	ИЛО	ИОО
1 им. гр. ⁴	Весна 2010 г.	105	66	99	123	109	112
	Осень 2009 г.	109	58	109	127	115	119
	Весна 2009 г.	98	69	76	130	100	104
	Осень 2008 г.	103	79	96	117	109	105
	Весна 2008 г.	112	89	112	121	114	118
	Лето 2007 г.	111	93	112	116	114	114
	Весна 2006 г.	100	81	100	106	106	101
	Весна 2005 г.	96	76	95	107	н/д	н/д
2 им. гр.	Весна 2010 г.	122	81	119	139	126	130
	Осень 2009 г.	123	65	123	144	130	135
	Весна 2009 г.	112	85	85	147	113	117
	Осень 2008 г.	119	101	110	134	125	121
	Весна 2008 г.	129	111	126	138	130	133
	Лето 2007 г.	132	114	132	138	133	136
	Весна 2006 г.	121	106	122	126	121	126
	Весна 2005 г.	117	105	117	121	н/д	н/д
3 им. гр.	Весна 2010 г.	130	91	125	148	131	139
	Осень 2009 г.	135	78	132	156	140	146
	Весна 2009 г.	121	109	87	159	125	122
	Осень 2008 г.	134	124	122	150	141	133
	Весна 2008 г.	141	134	135	150	144	141
	Лето 2007 г.	146	137	145	150	150	146
	Весна 2006 г.	139	135	139	140	138	140
	Весна 2005 г.	132	133	132	132	н/д	н/д
4 им. гр.	Весна 2010 г.	134	94	131	151	141	141
	Осень 2009 г.	133	85	130	151	139	141
	Весна 2009 г.	120	119	82	159	122	119
	Осень 2008 г.	134	134	119	149	138	132
	Весна 2008 г.	143	144	137	148	147	140
	Лето 2007 г.	150	149	149	151	151	150
	Весна 2006 г.	145	151	144	145	142	146
	Весна 2005 г.	146	156	145	141	н/д	н/д
5 им. гр.	Весна 2010 г.	130	102	127	143	135	135
	Осень 2009 г.	130	104	129	139	134	134
	Весна 2009 г.	126	120	94	160	128	126
	Осень 2008 г.	132	138	114	148	139	127
	Весна 2008 г.	146	150	142	148	150	143
	Лето 2007 г.	147	148	147	148	153	145
	Весна 2006 г.	146	157	147	141	145	143
	Весна 2005 г.	141	155	140	135	н/д	н/д

⁴ 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

Приложение 2. Ожидания относительно роста доходов в краткосрочной и среднесрочной перспективе по социально-демографическим группам

Предполагаемый рост дохода в течение ближайшего года					
Пол					
Мужчины			Женщины		
14%			7%		
Возраст					
18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет	
29%	12%	6%	1%	2%	
Образование					
Среднее и неполное среднее		Среднее техническое	Высшее и послевузовское		Незаконченное высшее
6%		8%	10%		29%
Самооценка уровня дохода					
Все население	1 им. группа	2 им. группа	3 им. группа	4 им. группа	5 им. группа
10%	3%	8%	14%	18%	22%

Предполагаемый рост дохода в течение ближайших 5-7 лет					
Пол					
Мужчины			Женщины		
57%			40%		
Возраст					
18-30 лет	30-40 лет	40-50 лет	50-60 лет	Более 60 лет	
98%	61%	31%	5%	11%	
Образование					
Среднее и неполное среднее		Среднее техническое	Высшее и послевузовское		Незаконченное высшее
37%		40%	46%		101%
Самооценка уровня дохода					
Все население	1 им. группа	2 им. группа	3 им. группа	4 им. группа	5 им. группа
48%	26%	43%	58%	72%	60%