

УДК 316.334.2(470.12)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

Дементьева Ирина Николаевна

*Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук*

В современной рыночной экономике потребители играют чрезвычайно важную роль, поскольку осуществляемые ими расходы составляют свыше половины валового внутреннего продукта страны. Важным инструментом измерения настроений потребителей является Индекс потребительских настроений — уникальный макроэкономический индикатор, который рассчитывается на основе социологической информации (опросных данных).

Цель настоящей статьи заключается в изучении особенностей потребительских настроений жителей Вологодской области в условиях кризисных процессов в экономике. Исследование основывается на данных мониторинга общественного мнения населения Вологодской области, который проводится ИСЭРТ РАН на территории региона с 1995 г.

Результаты социологических опросов показали, что за последний год в условиях кризисных явлений в экономике отмечалось негативное изменение потребительских настроений жителей Вологодской области. Это затронуло все основные социально-демографические группы населения. Такие изменения отмечены и в динамике частных индексов, входящих в структуру ИПН и формирующих потребительское поведение населения. Динамика потребительских настроений обусловлена действием совокупности факторов: уменьшение доходов населения, сокращение покупательной способности, ухудшение инфляционных ожиданий. Изменение потребительских настроений в условиях кризисных процессов в экономике сказалось и на социальном самочувствии населения в целом, на оценке деятельности федеральных и региональных структур исполнительной власти.

Исследования показали, что ИПН как комплексный индикатор социально-экономических перемен чутко зафиксировал экономическую ситуацию в регионе, отреагировал на её возможные изменения, что важно для прогнозирования дальнейшего развития.

Ключевые слова: индекс потребительских настроений; индекс текущего состояния; индекс перспективных ожиданий; реальные располагаемые денежные доходы; доходные группы; общественное мнение.

CONSUMER SENTIMENT IN VOLOGDA REGION IN TERMS OF SOCIO-ECONOMIC CHANGES

Irina N. Dementieva

Institute socio-economic development territories of Russian Academy of Sciences

In the modern market economy, consumers play a crucial role, as they carried costs account for over half of gross domestic product.

An important tool for measuring consumer sentiment is the index of consumer sentiment - a unique macro-economic indicator, which is calculated on the basis of sociological data.

The purpose of this article is to examine the characteristics of consumer sentiment inhabitants of Vologda region in the conditions of crisis processes in the economy. The study is based on data from monitoring of public opinion in the Vologda region, which ISEDT RAS carries out in the region since 1995.

As the results of opinion polls during the last year in terms of economic crisis marked deterioration in consumer sentiment inhabitants of Vologda region. The deterioration of consumer sentiment affected all the main so-

cio-demographic groups. The negative changes occurred in the dynamics of the partial indices, forming consumer behavior of the population.

Consumer sentiment is due to the influence of a combination of factors: reduction of incomes of the population, reducing the purchasing power, worsening inflation expectations.

The deterioration of consumer sentiment in the conditions of crisis processes in the economy negatively affected the social well-being of the population as a whole. Consumer sentiment is reflected in the assessment of the activities of federal and regional bodies of executive power.

Studies have shown that the index of consumer sentiment as a comprehensive indicator of social and economic change sensitively recorded the economic situation in the region, as well as respond to its possible changes, that is certain ability to forecast future development.

Key words: consumer sentiment index; the index of the current state; future expectations index; real disposable income; income groups; public opinion.

В современной рыночной экономике потребители играют чрезвычайно важную роль, поскольку их расходы составляют свыше половины валового внутреннего продукта страны. По данным статистики в 2014 г. расходы домашних хозяйств на конечное потребление составляли 54 % ВВП [4]. Расходы потребителей играют определяющую роль в динамике внутреннего спроса и, соответственно, в ускорении или замедлении темпов экономического роста.

Принятие потребителями решений о покупках (особенно крупных) или сбережениях зависит не только от объективных причин, каковыми являются уровень личных доходов и цен на потребительском рынке. Поведение людей в современной экономике неизбежно опосредуется их субъективными воззрениями, т.е. представлениями, оценками и ожиданиями относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом [1].

Учитывать эти психологические факторы позволяет **Индекс потребительских настроений (ИПН)**, который является уникальным макроэкономическим индикатором, рассчитанным на основе социологической информации (опросных данных).

Основное предназначение ИПН — исследование социально-экономической ситуации и её возможных перспектив. Оно проводится в рамках теоретической концепции, обозначаемой как психологическая экономика. Это означает, что главным с точки зрения прогнозирования и выработки решений, разработки перспективных программ социально-экономического развития является анализ влияния населения на развитие экономики [2, 3].

В статье рассматриваются особенности индекса потребительских настроений жителей Вологодской области как индикатора социально-

экономических изменений в условиях кризисных процессов в экономике.

Индекс потребительских настроений (Index of Consumer Sentiment, ICS или The consumer sentiment index, MCSI) был разработан в 1950-е гг. группой исследователей Мичиганского университета США. Этот индекс с определёнными изменениями рассчитывается во многих странах [16].

В России первые измерения ИПН были проведены в 1993 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения [9]. В настоящее время в Левада-центре проводятся расчёты ИПН по методике Мичиганского университета США [10].

С конца 1990-х гг. Институт социально-экономического развития территорий РАН проводит исследование динамики ИПН в рамках регулярного мониторинга общественного мнения на территории Вологодской области. Методика мониторинга такова. Раз в два месяца опрашивается 1500 человек в возрасте 18 лет и старше в г. Вологде и Череповце, в Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекнинском районах. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорции между городским и сельским населением; пропорции между жителями населённых пунктов различных типов (сельские населённые пункты, малые и средние города); половозрастная структура взрослого населения области. Метод опроса — анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3 %. ИПН рассчитывается на основе методики, разработанной в Мичиганском университете (США), которая применяется в России Левада-центром [6].

Как показали результаты наших социологических опросов, за последний год (с февраля

2014 по февраль 2015 г.) в экономике отмечалось дальнейшее ухудшение потребительских настроений (рис. 1). Наиболее существенный спад отмечен с июня 2014 г., темпы этой тенденции растут. В декабре 2014 — феврале 2015 г. ИПН снизился на 6 пунктов (с 82 до 76 п.). Для сравнения: в течение последних 6 опросов он не снижался более чем на 4 пункта (это произошло в июне–августе 2014 г., с 91 до 87 п.).

Аналогичная динамика ИПН наблюдалась и в России в целом. При этом за представленный

период потребительские настроения жителей Вологодской области были более благоприятны, чем в среднем по стране [8].

(Для справки: индекс потребительских настроений Мичиганского университета (Michigan Consumer Sentiment Index — MCSI), отражающий степень доверия домохозяйств к экономике США, в феврале 2015 г. составлял 95,4 пункта (в феврале 2014 г. — 81,6 п.; в декабре 2014 г. — 93,6 п. [11]).

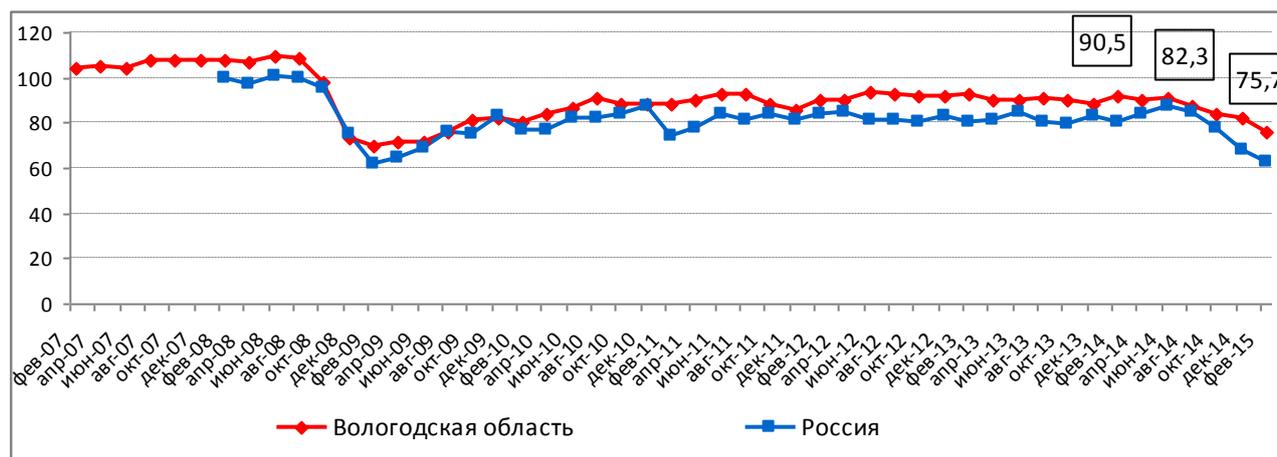


Рис. 1. Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области и России

Большую значимость имеет динамика индекса потребительских настроений по различным территориальным образованиям, социально-демографическим и экономическим группам населения. Расчёт ИПН в разрезе различных социально-демографических категорий может углубить анализ социальной ситуации в регионе, так как позволяет выявить уровень социального неблагополучия, напряжённости, а следовательно, степень социального благоприятствования (потенциала) экономических изменений. Это важно в контексте планирования и оценки вариантов экономической политики для различных социальных групп [13].

Ухудшение потребительских настроений затронуло все основные социально-демографические группы (таблица). Наиболее значительное снижение показателя в феврале 2015 г. было отмечено среди лиц, имеющих незаконченное высшее и высшее образование (на 10 п.), в 20 %-ной категории наиболее обеспеченных (на 9 п.), в Вологде (на 10 п.), Череповце (на 7 п.). Аналогичные изменения произошли и по сравнению с соответствующим периодом 2014 г. То есть в наибольшей степени кризисные

процессы отразились на тех категориях, которые традиционно отличаются высоким экономическим и социальным статусом.

Негативные изменения произошли и в динамике частных индексов, входящих в структуру ИПН и формирующих потребительское поведение населения.

1. Индекс текущего личного материально-го положения населения в течение года (с февраля 2014 г. по февраль 2015 г.) снизился на 15 пунктов (с 90,5 до 75,8 п.; рис. 2). Наиболее существенный спад наблюдался в феврале-апреле 2014 г. (на 6 п.). Снижение индекса объясняется прежде всего увеличением доли жителей области, полагающих, что их материальное положение за последний год ухудшилось (с 22 % в феврале 2014 г. до 34 % в феврале 2015 г.; рис. 3).

Динамика индекса потребительских настроений
в различных социальных группах населения (в пункты)

Категория населения	2014 г.						2015 г.	Изменение (+/-) февраль 2015 г. к	
	Фев.	Апр.	Июнь	Авг.	Окт.	Дек.	Февр.	Дек.	Февр.
								2014 г.	2014 г.
Возраст									
До 30 лет	94,6	97,4	93,4	94,7	89,3	87,8	82,7	-5	-12
30-55 лет	93,1	90,1	92,2	86,3	83,1	80,1	73,0	-7	-20
Старше 55 лет	87,0	85,5	86,1	82,9	81,8	81,6	74,9	-7	-12
Образование									
Н/среднее и среднее	83,5	84,4	82,5	79,0	78,8	75,0	69,6	-5	-14
Среднее специальное	92,4	89,5	89,5	86,5	82,2	82,0	76,9	-5	-16
Н/высшее и высшее	98,9	98,4	100,2	96,9	92,1	91,0	80,7	-10	-18
Доходные группы									
20% наименее обеспеченных	74,7	72,3	73,2	66,5	67,8	64,2	58,6	-6	-16
60% средне-обеспеченных	92,1	88,9	88,5	87,0	83,6	81,9	76,5	-5	-16
20% наиболее обеспеченных	110,9	112,4	111,3	105,7	103,7	101,2	92,5	-9	-18
Территории									
Вологда	93,7	93,6	94,9	90,8	87,8	84,3	74,7	-10	-19
Череповец	102,6	99,0	96,8	93,6	90,1	90,0	82,7	-7	-20
Районы	84,2	83,8	84,6	81,5	78,7	76,9	72,4	-5	-12

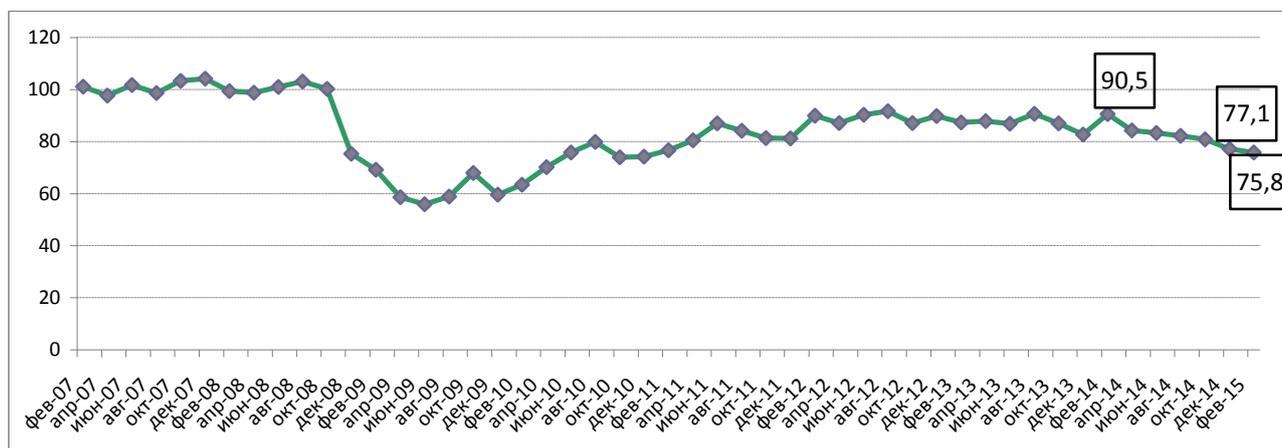


Рис. 2. Индекс текущего личного материального положения
(оценка изменений за последний год; пункты)

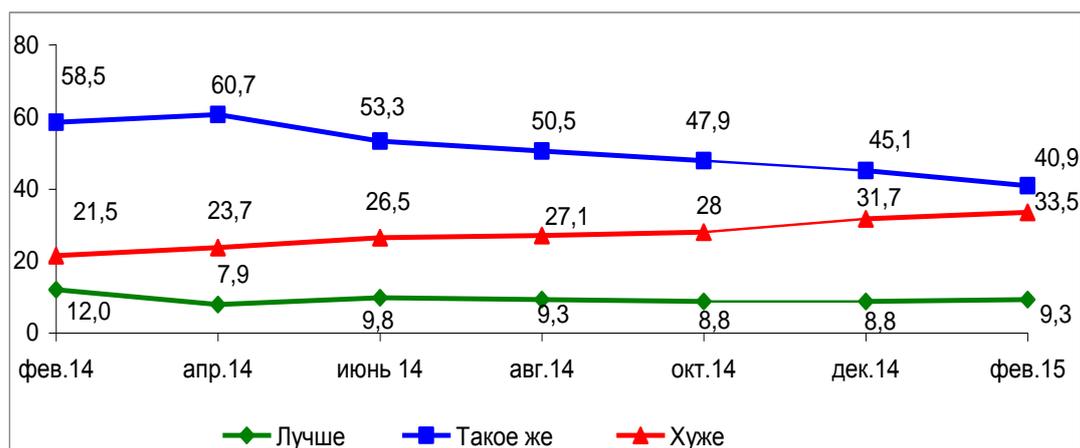


Рис. 3. Как Вы оцениваете своё материальное положение: оно лучше или хуже, чем было год назад? (% от числа опрошенных)

2. Индекс целесообразности приобретения товаров длительного пользования в феврале 2015 г. по сравнению с февралём 2014 г. снизился на 18 пунктов (с 96,6 до 78,7 п.; рис. 4). Наиболее существенные темпы снижения отмечены с августа 2014 г. (август–октябрь: снижение на 5 п.; октябрь–декабрь: на 9 п.; декабрь 2014 г. — февраль 2015 г.: на 4 п.).

Уменьшение индекса целесообразности крупных покупок было обусловлено увеличением доли населения, считающего, что текущий период является «плохим временем для совершения крупных покупок» (с 20 % в феврале 2014 до 28 % в феврале 2015 г.). Сократился удельный вес

жителей области, высказавших положительные мнения (с 16 до 7 % соответственно; рис. 5).

Снижение индекса целесообразности приобретения товаров длительного пользования подтверждают и **данные статистики**. С августа 2014 г. отмечается резкое снижение оборота розничной торговли непродовольственными товарами: если в июле по отношению к предыдущему месяцу данный показатель составлял 107,3%, то в августе — уже 101,3 %, в сентябре — 97,2 %. (в 2014 г. по отношению к 2013 г. — 99,6 %; в 4-м квартале 2014 г. по отношению к 4-му кварталу 2013 г. — 95,2 %) [19, с. 47].

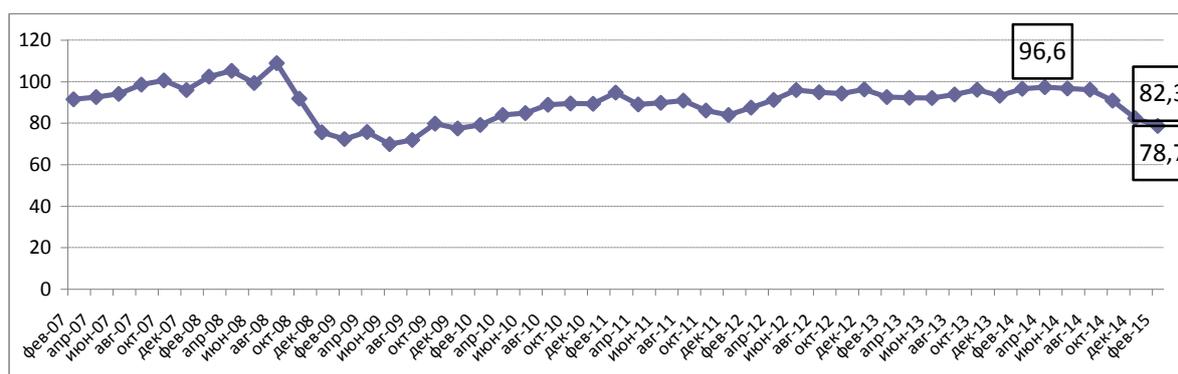


Рис. 4. Индекс целесообразности совершения крупных покупок (пункты)

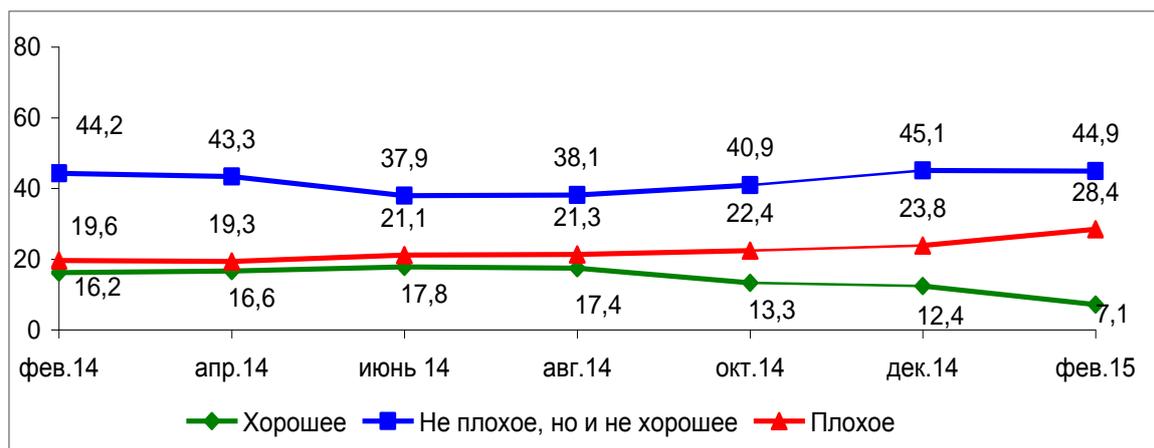


Рис. 5. Как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для крупных покупок для дома? (% от числа опрошенных)

Население региона предполагает, что в ближайшее время материальное благополучие семей ухудшится (рис. 6).

3. В течение года (с февраля 2014 г. по февраль 2015 г.) индекс ожиданий изменения личного материального положения уменьшился на 18 пунктов (с 90,1 до 72,4 п.). Спад начался с июня 2014 г., наиболее существенное снижение характерно для периода декабрь 2014 г. — февраль 2015 г. (на 7 п.).

Снижение индекса перспектив личного материального положения явилось следствием увели-

чения удельного веса тех, кто опасается возможного ухудшения своего благосостояния через год (с 19 % в феврале 2014 г. до 33 % в феврале 2015 г.; рис. 7).

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 жизни [17].

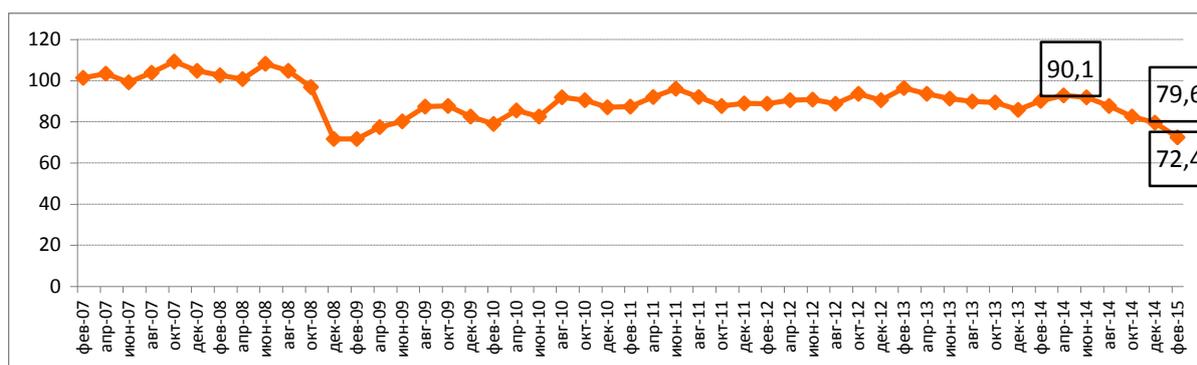


Рис. 6. Индекс перспектив личного материального положения (1 год; пункты)

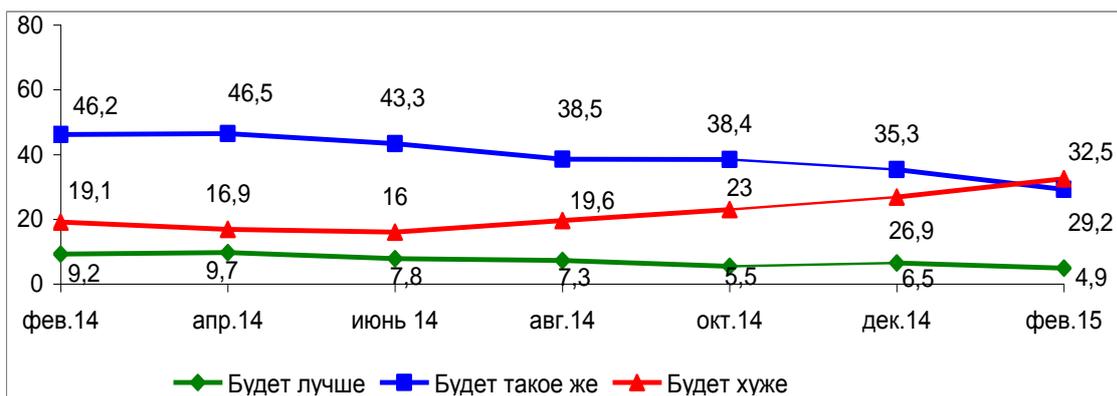


Рис. 7. Как Вы считаете, через год Ваше материальное положение будет лучше, или хуже, или примерно останется таким же, как сейчас? (% от числа опрошенных)

4. По результатам социологических измерений **индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны (на 1 год)** в период с февраля 2014 г. по февраль 2015 г. уменьшился на 18 пунктов (с 91,1 до 72,7 п.; рис. 8). Наиболее заметное падение наблюдалось в период с декабря 2014 г. по февраль 2015 г. (на 10 п.).

Ухудшение оценки населением ближайших перспектив развития экономики страны было обусловлено увеличением доли тех, кто полагает, что следующие 12 месяцев будут для экономики «плохим» временем: 37 % в феврале 2015 г. против 26 % в феврале 2014 г. (рис. 9).

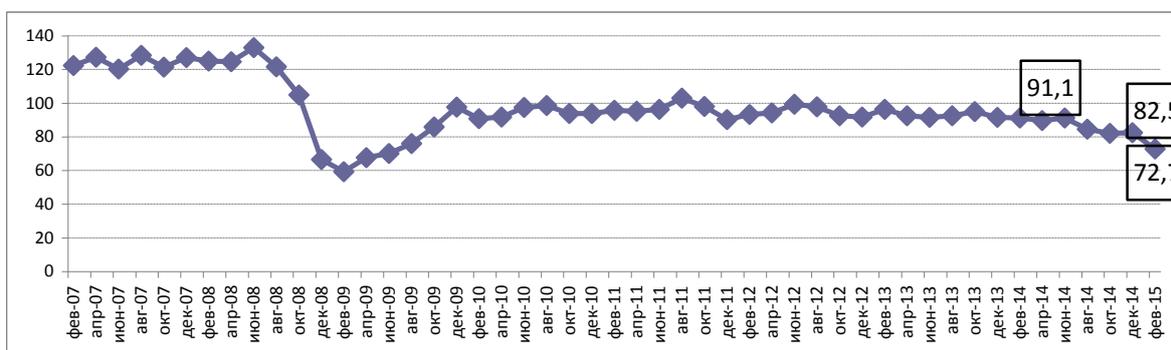


Рис. 8. Индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны (1 год)

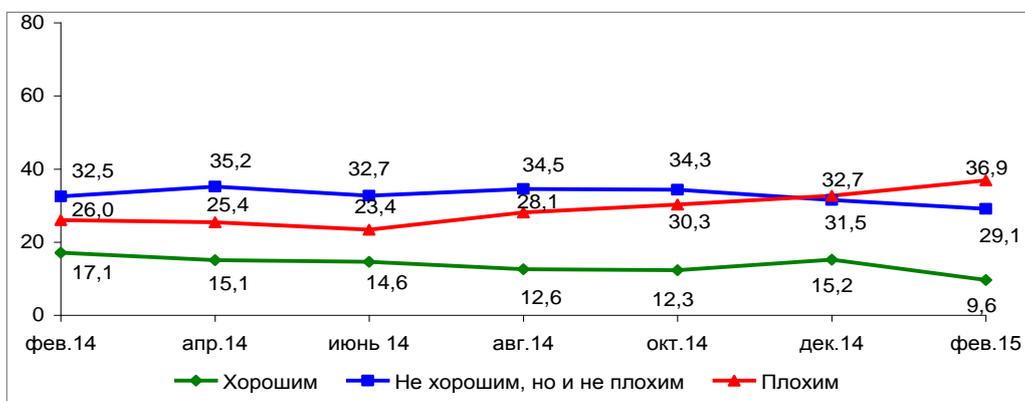


Рис. 9. Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут временем, хорошим или плохим, или каким-либо ещё для экономики России? (% от числа опрошенных)

5. **Индекс долгосрочных перспектив развития экономики России** в период с февраля 2014 г. по февраль 2015 г. уменьшился на 11 пунктов (с 89,2 до 78,7 п.). Наиболее существенное снижение произошло в декабре 2014 г. — феврале 2015 г. (на 5 п.; рис. 10).

Оценки долгосрочных перспектив социально-экономического развития страны ухудшились из-за увеличения доли жителей области, прогнозирующих, что предстоящие 5 лет будут плохим временем для экономики страны (с 16 % в феврале 2014 г. до 24 % в феврале 2015 г.; рис. 11).

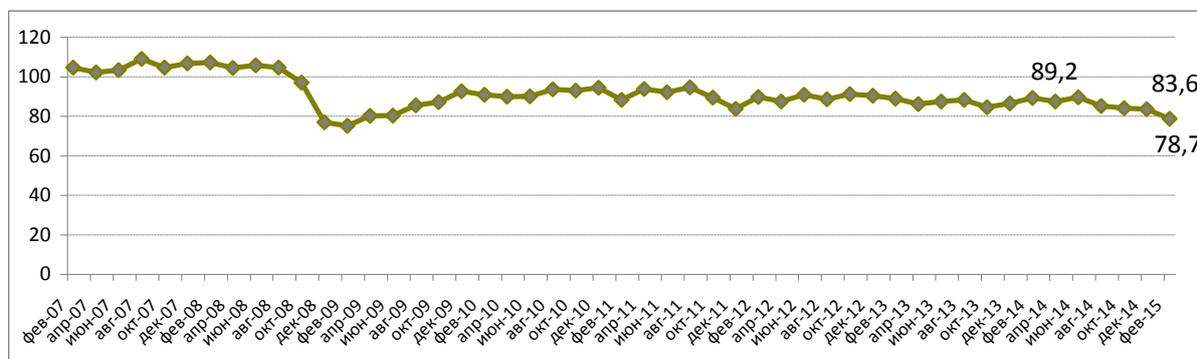


Рис. 10. Индекс долгосрочных перспектив развития экономики страны (5 лет; пункты)

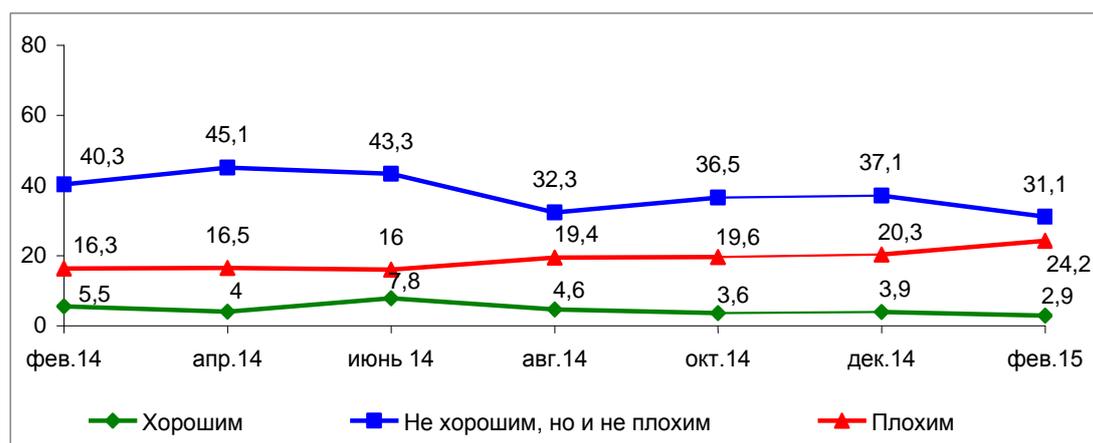


Рис. 11. Если говорить о следующих пяти годах, они будут для экономики страны хорошим или плохим временем? (% от числа опрошенных)

Таким образом, основные тенденции динамики индекса потребительских настроений и составляющих его частных индексов в регионе в условиях кризисных процессов в экономике в 2014 – начале 2015 г. свидетельствуют о сходной динамике представленных показателей и позволяют говорить о взаимосвязи восприятия текущего состояния и перспективных ожиданий.

Интересно выявить, какие факторы оказывают определяющее влияние на изменение потребительских настроений.

Очевидно, что настроение человека как потребителя формируется прежде всего под влиянием

экономических индикаторов, точнее, тех, которые прямо или косвенно сказываются на его бюджете, покупательной способности, материальном потреблении.

Можно отметить, что в целом ИПН отражает общую направленность динамики денежных доходов населения (рис. 12). Среднемесячный фактический доход, по самооценкам населения, имеет нисходящую динамику. Наиболее заметное снижение наблюдалось в период с апреля по июнь 2014 г., после чего, как было отмечено выше (с июня 2014 г.), отмечался наиболее существенный спад ИПН.

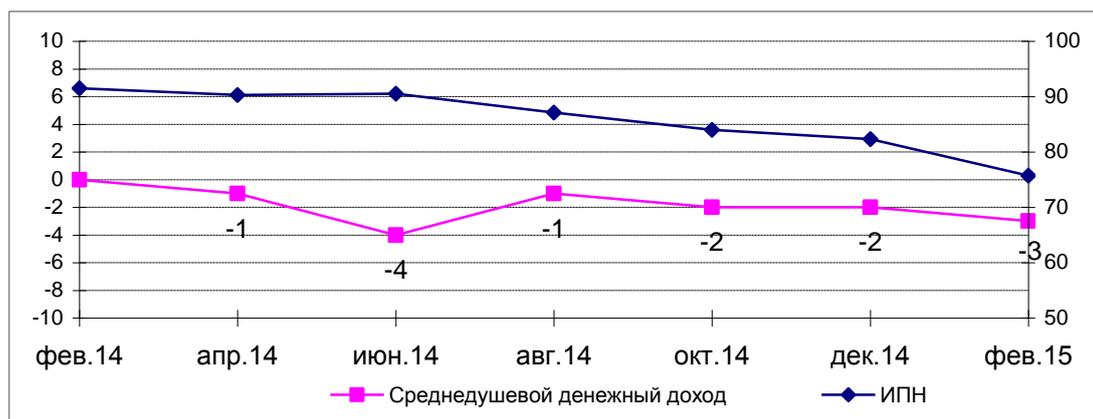


Рис. 12. Динамика ИПН и среднедушевого денежного дохода (согласно ответам респондентов на вопрос: Каков был среднемесячный доход на одного члена Вашей семьи в прошедшем месяце?), % прироста (снижения) с февраля 2014 г.

Тесная взаимосвязь обнаруживается при сравнении динамики ИПН с динамикой покупательной способности доходов населения, которая отражает реальный вес денежных доходов (рис. 13). 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. Индекс покупательной способности доходов населения зафиксировал снижение в период с февраля 2014 г. по февраль 2015 г. (с 91 до 84 п.). Причём сокращение покупательной способности доходов началось с февраля 2014 г., т.е. на несколько месяцев раньше, чем снижение ИПН, и, соответственно, оказало непосредственное влияние на ухудшение потребительских настроений жителей региона.

Негативное влияние на возможности потребительского спроса оказывали и инфляционные ожидания населения. Индекс инфляционных ожиданий рассчитывается как разность между долей ответивших «доходы будут расти быстрее, чем цены» и долей ответивших «цены будут расти быстрее, чем доходы» на вопрос: «Как Вы

предполагаете, в течение ближайшего года Ваши доходы (доходы Вашей семьи) будут расти быстрее, чем цены, примерно теми же темпами, что и цены, или медленнее, чем цены?». К полученному результату прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Индекс инфляционных ожиданий в феврале 2015 г. снизился до отметки 26 пунктов против 34 двумя месяцами ранее и 44 в феврале 2014 г. (рис. 14). Это обусловлено тем, что доля жителей области, которые считали, что в перспективе цены будут расти быстрее, чем их доходы, увеличилась до 75 % против 67 % в декабре 2014 г. и 60 % в феврале 2014 г.

Основу для пессимистичных прогнозов жителей области составлял и рост потребительских цен. По данным статистики индекс потребительских цен в январе 2015 г. по отношению к предыдущему месяцу составил 104,2 %, в том числе на продовольственные товары — 106,1 %, непродовольственные товары — 104,3 %, услуги — 101 %. В период с января по декабрь 2014 г. по сравнению с соответствующим периодом 2013 г. потребительские цены выросли на 6,5 %, в том числе на продовольственные товары — на 6,2%, на промышленные товары — на 4,54 %, на платные услуги — на 10,1 % [19, с. 38].

Таким образом, динамика потребительских настроений обусловлена действием совокупности факторов:

- уменьшение доходов населения,
- сокращение покупательной способности,
- ухудшение инфляционных ожиданий способствовали негативации потребительских настроений в условиях кризисных процессов в

экономике в конце 2014 — начале 2015 г. Причём они оказали влияние не только на потребительские настроения, но и на социальное самочувствие в целом.

В частности, динамике ИПН соответствуют равнонаправленные изменения таких индикаторов изменений в социальной сфере общества, как «социальное настроение» и «запас терпения» населения. Методика расчета этих показателей такова. Индекс 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?». К полученному результату прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Индекс 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?». К полученному результату прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин.

В период с февраля 2014 г. по февраль 2015 г. динамика данных показателей имела высокую степень согласованности с индексом потребительских настроений. Так, за год индекс социального настроения населения региона уменьшился на 7 пунктов (со 138 до 131 п.), индекс запаса терпения — на 11 пунктов (со 168 до 157 п. соответственно). Наиболее существенное ухудшение социального самочувствия наблюдалось в последние два месяца: соответствующие индексы снизились на 16 и 9 пунктов.

Динамика потребительских настроений отражается и на оценке деятельности федеральных и региональных структур исполнительной власти.

В феврале 2015 г. по сравнению с декабрем 2014 г. индексы одобрения деятельности Президента РФ и губернатора Вологодской области существенно не изменились (145,8 и 100,9 пункта соответственно; рис. 17). Индексы одобрения деятельности Президента РФ и губернатора области рассчитывались как разность между долей ответивших «полностью и в основном одобряю» и долей ответивших «полностью и в основном не одобряю» на вопросы: «Как Вы оцениваете в настоящее время деятельность Президента РФ?» и «Как Вы оцениваете в настоящее время дея-

тельность губернатора?». К полученному результату прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Достигнутый уровень поддержки представителей федеральной и региональной государственной власти остается стабильным с июня 2014 г.

В то же время следует отметить, что в декабре 2014 – феврале 2015 г. ухудшились оценки деятельности главы государства по решению таких ключевых проблем: подъём экономики и повышение благосостояния граждан (доля положительных отзывов сократилась с 38 до 34 %), наведение порядка в стране (доля положительных ответов снизилась с 52 до 50 %, одновременно вырос удельный вес негативных отзывов — с 35 до 37 %).

Опыт социологических измерений (в частности, динамика данных индикаторов в условиях экономического кризиса 2008 г.) показывает, что сохранение и дальнейшее углубление наметившихся негативных тенденций в динамике потребительских настроений может непосредственным образом отразиться на поддержке деятельности властей и привести в последующие месяцы к снижению уровня их одобрения.

Таким образом, динамика ИПН отражает широкий спектр явлений общественной жизни страны и региона: как сугубо экономические, так и политические, социальные и иные процессы.

Последние сведения свидетельствуют, что в условиях кризисных процессов в экономике страны и региона резко ухудшились ИПН и составляющие его частные индексы, что затронуло все основные социально-демографические группы.

Пока ухудшение материального положения и социального самочувствия не отражается на уровне поддержки федеральных и региональных органов государственной власти, однако, как показывает опыт социологических исследований, данные изменения в ближайшем будущем могут привести к комплексным негативным последствиям, а главное — к потере доверия к власти.

ИПН как комплексный индикатор социально-экономических перемен не только чутко зафиксировал экономическую ситуацию, но и отреагировал на её возможные изменения, что представляет определённые возможности прогнозирования дальнейшего развития.

Опыт исследований (российских и региональных) показывает, что через некоторое время после резких изменений ИПН, обычно через 3–4 месяца, можно ожидать важных событий в жизни страны и региона.

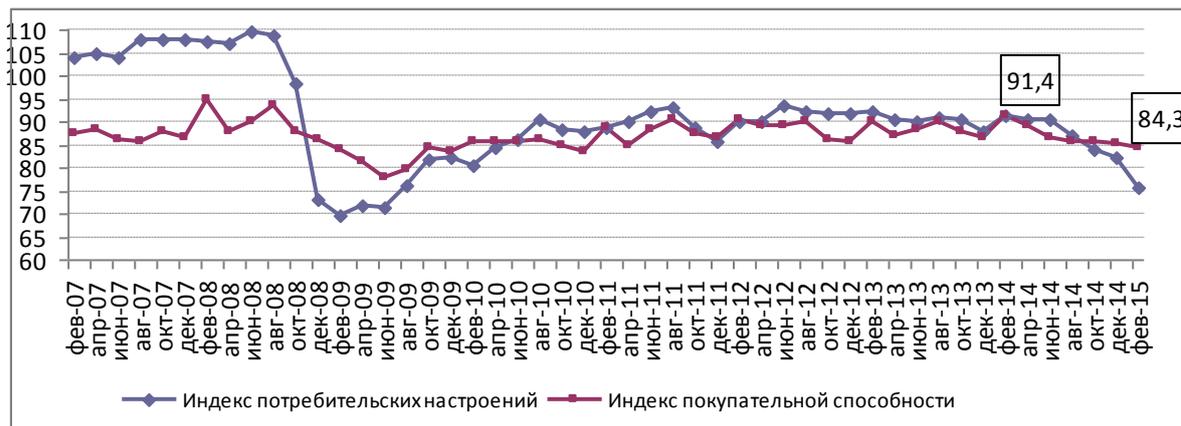


Рис. 13. Динамика ИПН и индекса покупательной способности доходов населения

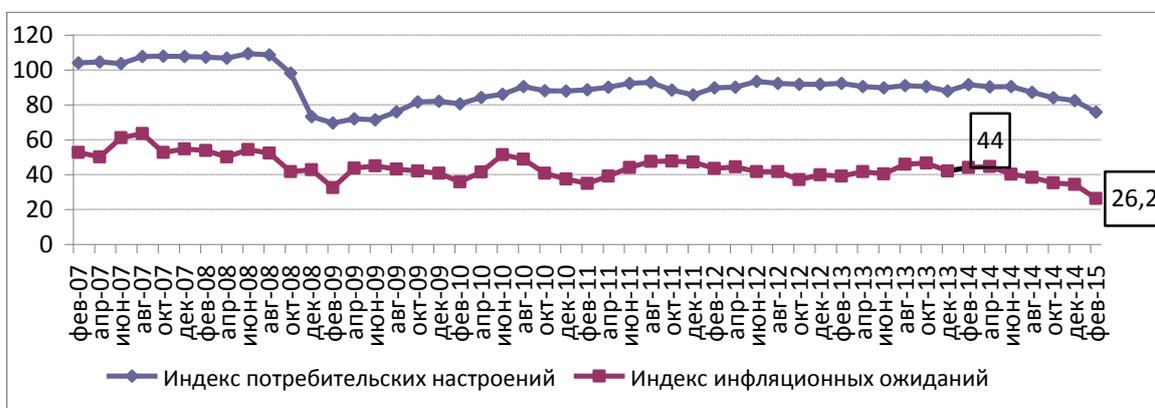


Рис. 14. Динамика ИПН и индекса инфляционных ожиданий

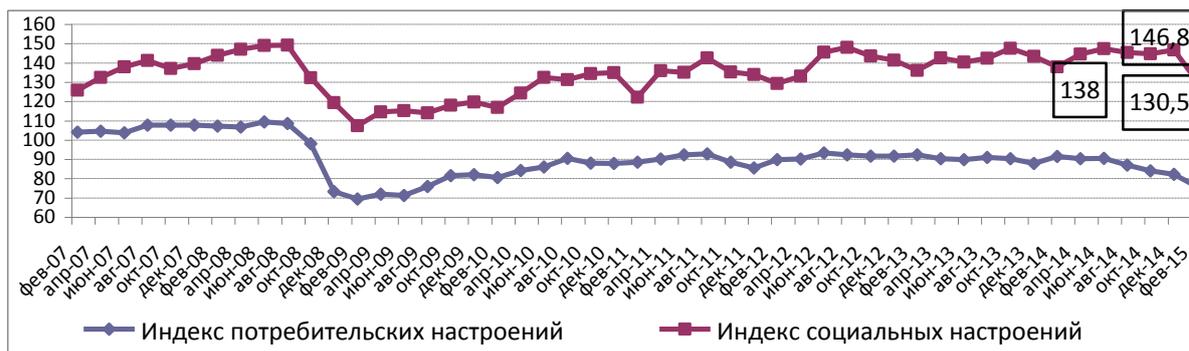


Рис. 15. Динамика ИПН и индекса социального настроения

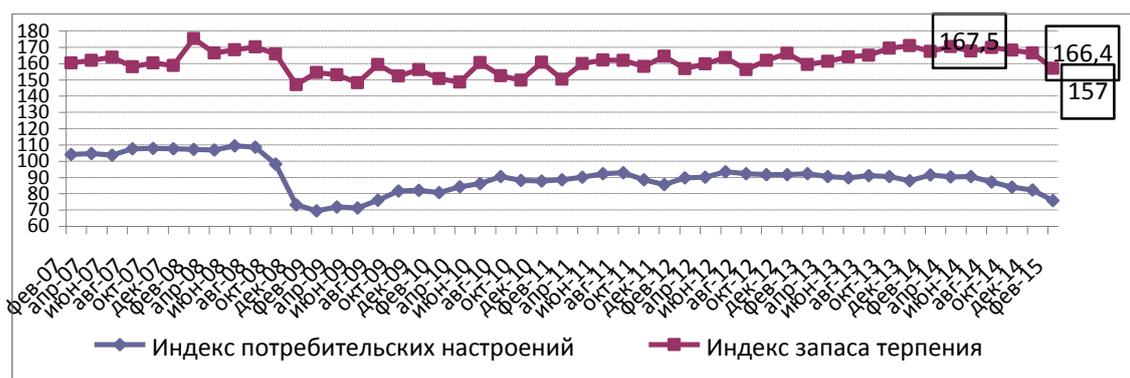


Рис. 16. Динамика ИПН и индекса запаса терпения

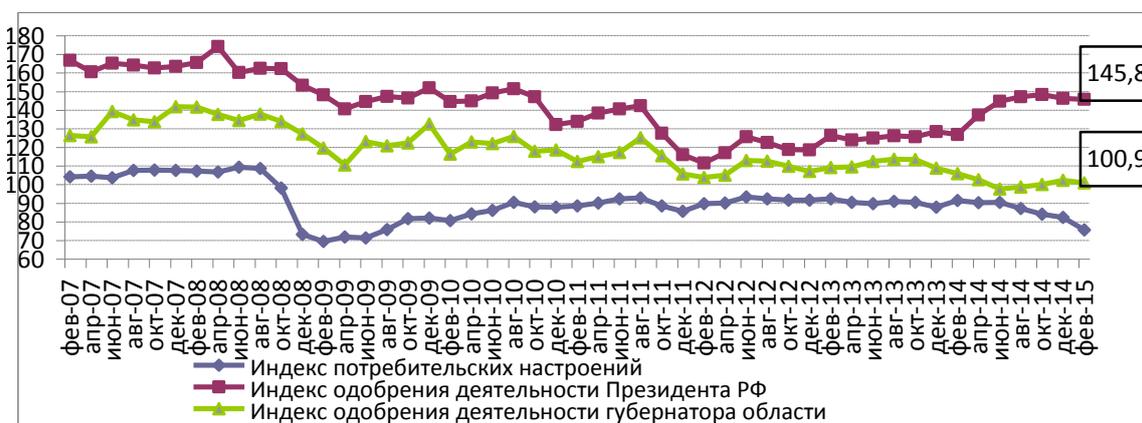


Рис. 17. Динамика ИПН и индексов одобрения деятельности Президента РФ и губернатора области

Список литературы

1. Березин В.В. Выявление особенностей покупательского поведения и его роль при формировании потребительского капитала торговой марки // Вестник Российского нового университета. 2011. № 2. С. 154–161.
2. Гулин К.А. Социальная ситуация в регионе и потребительские настроения населения. Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2000. 42 с.
3. Гулин К.А., Новожилов С.А. Динамика потребительских настроений населения Вологодской области в 2000 г. // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. 2001. № 14. С. 29–40.
4. Доля расходов домашних хозяйств на конечное потребление в ВВП. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/# (дата обращения: 03.03.2015).
5. Дорохова Ю.В. Исследовательские подходы к потребительскому поведению в системе социально-экономических отношений // Среднерусский Вестник общественных наук. 2010. № 4. С. 50–56.
6. Ильин В.А., Гулин К.А. Индекс потребительских настроений: тенденции и перспективы социально-экономического развития в оценках населения Вологодской области в 1997 году // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. 1997. № 4. С. 73–93.
7. Ильин В.А., Гулин К.А. Потребительские настроения как индикатор социально-экономических перемен / под ред. М.Ф. Сычева. Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 1999. 40 с.
8. Индекс потребительских настроений. URL: <http://www.levada.ru/indeksy> (дата обращения: 03.03.2015).
9. Индекс потребительских настроений / Методология анализа настроений потребителей. URL: http://www.socpol.ru/research_projects/ipn/methodology.shtml (дата обращения: 03.03.2015).
10. Индекс потребительских настроений. URL: <http://www.levada.ru/indeks-potrebitelskikh-nastroenii> (дата обращения: 03.03.2015).
11. Индекс настроения потребителей от универси-

- гета Мичигана. URL: http://www.fxteam.ru/forex-library/fundamental-analyse/uom_consumer_sentiment/ (дата обращения: 03.03.2015).
12. *Индексы* потребительских цен на товары и услуги населению. URL: <http://vologdastat.ru:8085/digital/region10> (дата обращения: 03.03.2015).
 13. Красильникова М.Д. Как российское население переживает очередной экономический кризис [Текст] / М.Д. Красильникова // Мир России: социология, этнология. 2010. № 4. С. 162–181.
 14. Левашова Ю.Г. Влияние комплексного подхода на потребительское поведение // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2001. № 2. С. 253–256.
 15. *Общественное мнение* – 2011. М.: Левада-центр, 2012. Вып. 12. С. 54.
 16. Празян Е.М. Современные теории потребительского поведения // Вестник Евразийской академии административных наук. 2001. № 3. С. 81–93.
 17. *Российская Г.М.* К методологии анализа экономического поведения потребителя // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2007. № 6. С. 72–80.
 18. *Северо-Запад России: тенденции общественных настроений 2005–2010 гг.* / К.А. Гулин, С.В. Озорнина, И.Н. Дементьева, Т.П. Кожина // Тенденции и проблемы развития региона: научные труды: в 4 т. Т. 3: Социальный императив регионального развития: в 2 ч. Ч. II. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. 662 с.
 19. *Социально-экономическое положение Вологодской области в январе 2015 года: доклад.* Вологдастат. Вологда, 2015. 90 с.
 - the region: facts, tendencies, prediction]. 2011, no 14, pp. 29–40. (In Russian).
 4. *Dolya rashodov domashnih hosyajstv na konechnoe potreblenie VVP* [Households' expenses share in final consumption of gross domestic product]. Available at: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/# (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 5. Dorohova Yu.V. [Research approaches to consumer behaviour in the system of socio-economic relations]. *Srednerusskij vestnik obschestvennyh nauk* [Central Russian journal of social sciences]. 2010, no 4, pp. 50-56. (In Russian).
 6. Il'in V.A. [Consumer sentiment index: tendencies and prospects of socio-economic development in Vologda population's estimations in 1997]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny v regione: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and social changes in the region: facts, tendencies, prediction]. 1997, no 4, pp. 73–93. (In Russian).
 7. Il'in V.A. *Potrebitel'skie nastroyeniya kak indikator sotsial'no-ekonomicheskikh peremen* [Consumer sentiment as an indicator of social and economic changes]. Vologda, Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science Publ., 1999, 40 p. (In Russian).
 8. *Indeks potrebitel'skih nastroyenij* [Consumer sentiment index]. Available at: <http://www.levada.ru/indeksy> (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 9. [Consumer sentiment index]. *Metodologiya analiza nastroyenij potrebitelej* [Methodology of consumer sentiment analysis]. Available at: http://www.socpol.ru/research_projects/ipn/methodology.shtml (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 10. *Indeks potrebitel'skih nastroyenij* [Consumer sentiment index]. Available at: <http://www.levada.ru/indeks-potrebitelskikh-nastroyenii> (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 11. *Indeks nastroyeniya potrebitelej ot univrstiteta Michigan* [Consumer sentiment index of university of Michigan]. Available at: http://www.fxteam.ru/forex-library/fundamental-analyse/uom_consumer_sentiment/ (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 12. *Indeksy potrebitel'skih tsen na tovary i uslugi naseleniyu* [Consumer price index for goods and services for population]. Available at: <http://vologdastat.ru:8085/digital/region10> (Accessed 03.03.2015). (In Russian).
 13. Krasil'nikova M.D. [How Russian population goes through yet another economic crisis]. *Mir Rossii: sotsiologiya, etnologiya* [World of Russia: sociology and ethnology]. 2010, no 4, pp. 162–181. (In Russian).
 14. Levashova Yu.G. [Complex approach influence on consumer behaviour]. *Ekonomika i upravlenie: novye vyzovy i perspektivy* [Economics and manage-

Получено 01.05.2015

References

- ment: new challenges and prospects]. 2001, no 2, pp. 253–256. (In Russian).
15. *Obschestvennoe mnenie - 2011* [Public opinion - 2011]. Moscow, Levada-center Publ., 2012, no 12, p. 54. (In Russian).
 16. Prazyan E.M. [Modern theories of consumer behaviour]. *Vestnik Evrazijskoj akademii administrativnyh nauk* [Herald of the Eurasian Academy of Administrative Sciences]. 2001, no 3, pp. 81–93. (In Russian).
 17. Rossijskaya G.M. [To methodology of consumer's economic behavior analysis]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika* [Moscow State University Herald. Series 6: Economics]. 2007, no 6, pp. 72–80. (In Russian).
 18. [North-West of Russia: public sentiments tendencies in 2005–2010]. *Tendentsii i problemy razvitiya regiona: nauchnye trudy: v 4 t. T. 3: Sotsial'nyj imperativ regional'nogo razvitiya: v 2 chastyah. Chast' 2* [Tendencies and problems of region's development: scholarly works: in 4 vol. Vol. 3: Social imperative of regional development: in 2 parts. Part 2]. Vologda, Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science Publ., 2011, 662 p. (In Russian).
 19. *Sotsial'no-ekonomicheskoe polozhenie Vologodskoj oblasti v yanvare 2015 goda: doklad* [Vologda Region's socio-economic situation in January, 2015: report]. Vologda, Vologdastat Publ., 2015, 90 p. (In Russian).

The date of the manuscript receipt 01.05.2015

Об авторе

Дементьева Ирина Николаевна

младший научный сотрудник лаборатории исследования социальных процессов и эффективности государственного управления

Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук, 160014, Вологда, ул. Горького, 56а, e-mail: irinika_74@mail.ru

About the author

Dementieva Irina Nikolaevna

Junior Researcher of Laboratory Studies of Social Processes

Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Sciences, 56a, Gorkiy str., Vologda, 160014, Russia; e-mail: irinika_74@mail.ru

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Дементьева И.Н. Потребительские настроения населения Вологодской области в условиях социально-экономических изменений // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. Вып. 2(22). С. 105–118.

Please cite this article in English as:

Dementieva I.N. Consumer sentiment in Vologda region in terms of socio-economic changes // Perm University Herald. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2015. Iss. 2(22). P. 105–118.