

# СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

**А**вторы анализируют результаты опросов, проводившихся на территории Вологодской области с февраля 1999 г. по февраль 2005 г. Содержится информация о социально-экономическом положении и динамике потребления населения региона в целом, а также групп респондентов с различным уровнем доходов.

УДК 330.567.2(470.12)

К. А. Гулин, И. Н. Дементьева

## ДИНАМИКА УРОВНЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА

Прошедший 2004 год был достаточно благоприятным с точки зрения экономического развития страны и региона. По данным статистики, в 2004 г. продолжилась начавшаяся с 1999 г. тенденция роста реальных денежных доходов населения, а также снижения доли жителей области с доходом ниже уровня официального прожиточного минимума. Так, с 2003 по 2004 г. реальные располагаемые денежные доходы жителей Вологодской области выросли на 6%, а доля низкодоходных категорий населения уменьшилась с 20 до 18% соответственно (рис. 1, 2).

Вместе с тем, более внимательный анализ статистических данных показывает, что в 2004 г. продолжилось увеличение разрыва в уровне прироста располагаемых ресурсов богатых и бедных. В целом, в 2001 – 2004 гг. среднедушевой доход у 10%

наиболее обеспеченного населения вырос на 7377 руб. (с 6091 до 13468 руб.), у 10% наименее обеспеченного – на 344 руб. (с 844 до 1188 руб.). Уровень прироста доходов у самых богатых был в 21 раз выше, чем у самых бедных (рис. 3). Кроме того, как и годом ранее, более половины жителей области относили себя к категории населения с низким социально-экономическим статусом, причем их доля вновь возросла.

Каким образом в этих условиях складываются тенденции изменения оценок жителями региона собственного материального положения, обеспеченности основными продуктами питания и непродовольственными товарами и услугами, показывают результаты опроса общественного мнения, который ВНКЦ ЦЭМИ РАН провел в феврале 2005 г.

**ГУЛИН**  
Константин Анатольевич  
— к.и.н., зам. директора  
ВНКЦ ЦЭМИ РАН.



**ДЕМЕНТЬЕВА**  
Ирина Николаевна — социолог  
ВНКЦ ЦЭМИ РАН.



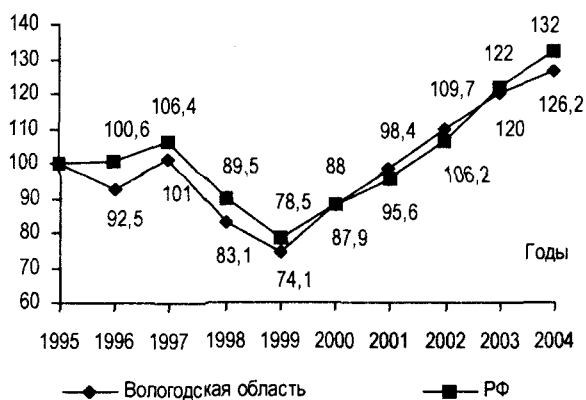


Рис. 1. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в Вологодской области и РФ (в % к 1995 г.)



Рис. 2. Динамика уровня бедности в Вологодской области (самооценки населения и данные статистики)

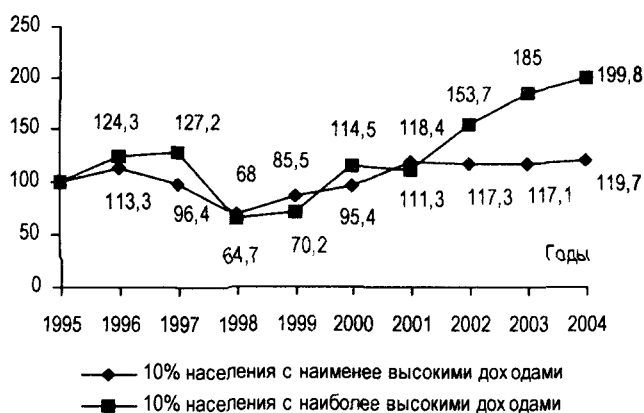


Рис. 3. Динамика реальных денежных доходов 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения (в % к 1995 г.)

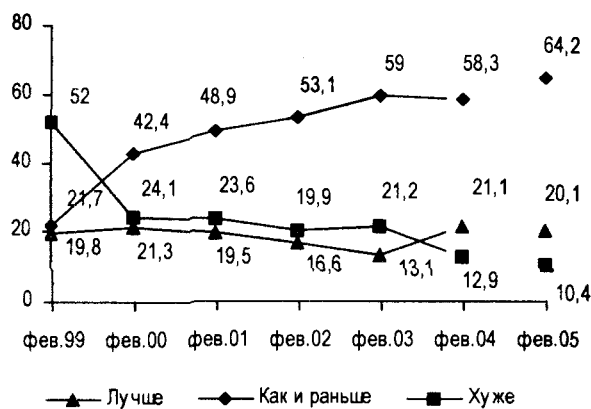


Рис. 4. Как изменились материальные условия жизни Вашей семьи в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

В 2004 г. продолжилась тенденция сокращения удельного веса жителей области (с 13 до 10% соответственно; рис. 4), отмечающих ухудшение материальных условий жизни их семей в сравнении с прошлым годом. Одновременно возросла (с 58 до 64% соответственно) доля тех, кто считает, что в 2004 г. они «жили, как и раньше». Только у пятую часть населения (как и годом ранее) материальные условия жизни «стали лучше». О негативных изменениях, произошедших в прошлом году в материальных условиях жизни своих семей, сообщили 16% опрошенных среди 20% населения с наименьшими доходами и вдвое меньше (только 8%) – среди 20%

населения с наибольшими доходами. Позитивно оценили изменения в благосостоянии своих семей 27 и 21% респондентов в соответствующих доходных группах.

Снизился удельный вес жителей региона, полагающих, что питание их семей в 2004 г. улучшилось (с 18 до 13%; рис. 5). При этом возросла доля населения без существенных изменений в питании. Доля опрошенных, которые стали питаться хуже, сохранилась на прежнем уровне (9%). Об ухудшении своего питания сообщили 15% опрошенных среди 20% населения с наименьшим уровнем доходов и только 6% – среди 20% населения с наибольшими доходами. На улучшение

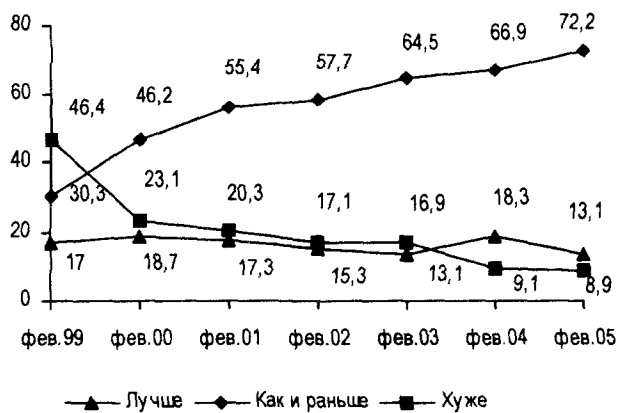


Рис. 5. Как Вы питались в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

возможностей приобретения продуктов питания указали 14 и 15% опрошенных в соответствующих доходных группах.

По итогам 2004 г. по сравнению с предыдущим произошло снижение доли жителей области, отмечающих улучшение возможностей своих семей в приобретении одежды (с 16 до 13% соответственно; рис. 6). Это связано с увеличением (с 63 до 66%) удельного веса тех, кто полагает, что одевался, «как и раньше». Об ухудшении возможностей приобретения одежды заявили пятая часть опрошенных с наименьшим уровнем доходов и только 12% самых обеспеченных. Позитивные изменения отметили 11 и 18% респондентов соответственно.

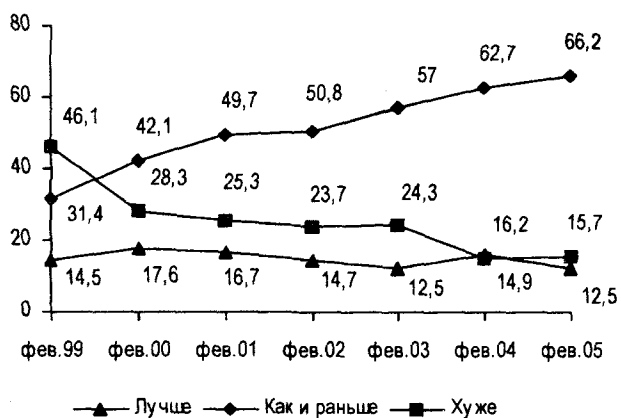


Рис. 6. Как Вы одевались в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

Фиксируется снижение доли жителей области, считающих, что в прошедшем году они «отдыхали хуже», чем годом ранее (с 24 до 18%). Это произошло за счет увеличения (с 50 до 59%) числа отдохнувших, по их мнению, «как и раньше». Как отмечалось и в предыдущие годы, около 10% опрошенных стали «отдыхать лучше» (рис. 7). Негативные оценки своим возможностям для отдыха дали 20% людей с наименьшими доходами и 17% – с наибольшими. Позитивное мнение на этот счет выразили 11 и 14% опрошенных в соответствующих группах.

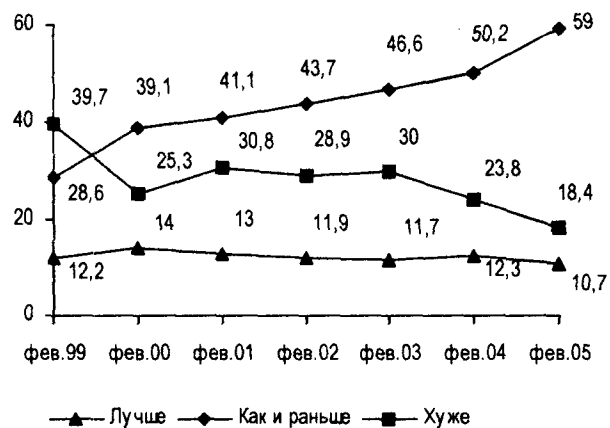


Рис. 7. Как Вы отдыхали в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

Оценки жителей области относительно изменений их жилищных условий сохранились на уровне предыдущего года: 8% населения отмечают улучшение, 14% – ухудшение (рис. 8). Около 70% жителей региона по-прежнему считают, что их жилищные условия не изменились. В низкодоходной группе «стали лучше» жилищные условия только у 7% опрошенных, в группе с наибольшими доходами – у 12%. Об ухудшении жилищных условий своих семей сообщили 21% опрошенных в первой группе и только 9% – во второй.

Уменьшилась (с 15 до 11%) доля жителей области, отметивших улучшение

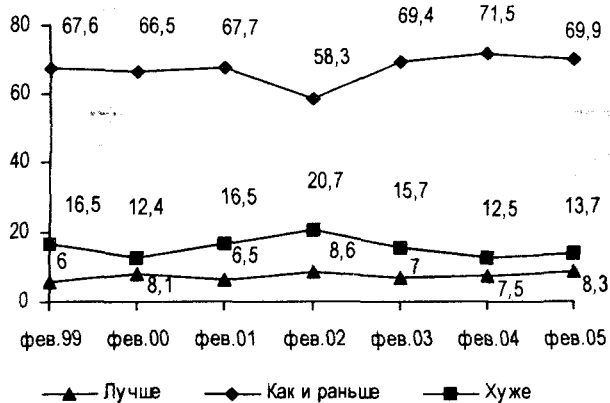


Рис. 8. Как изменились Ваши жилищные условия в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

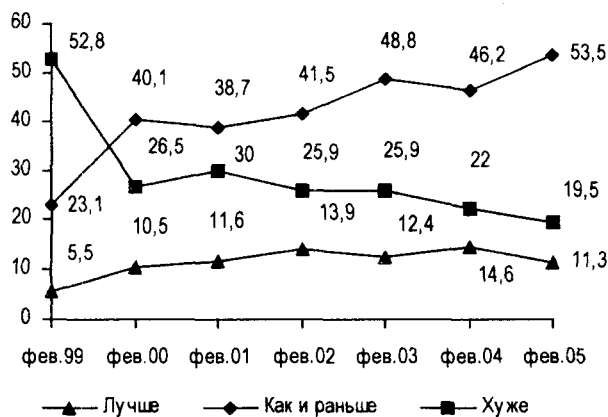


Рис. 9. Как изменились Ваши возможности для заработков в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

возможностей для заработков по сравнению с предыдущим годом (рис. 9). Одновременно сократился и удельный вес тех, у кого эти возможности ухудшились (с 22 до 20% соответственно). Представительство жителей области, у которых возможности для заработков остались на прежнем уровне, напротив, возросло (с 46 до 54%). Следует отметить, что на улучшение возможностей для заработка указали только 8% опрошенных среди 20% населения с наименьшим уровнем доходов и 22% – среди 20% населения с наибольшими доходами. Удельный вес тех, чьи возможности для заработка «стали хуже», среди наименее обеспеченного населения почти в

три раза превышает аналогичный показатель в группе наиболее обеспеченных (34 и 11% соответственно).

Наблюдается увеличение (с 13 до 18%) доли жителей области, отмечающих, что в 2004 г. они «приобретали меньше» продовольственных товаров, чем в предшествующем. Это произошло за счет сокращения удельного веса тех, кто «приобретал продуктов больше, чем прежде» (с 9 до 6%). Как и годом ранее, около 40% населения «приобретали продукты в том же объеме, что и прежде», а около 20% «покупали только самое необходимое» (рис. 10). Доля опрошенных, которые приобретали продовольственных товаров

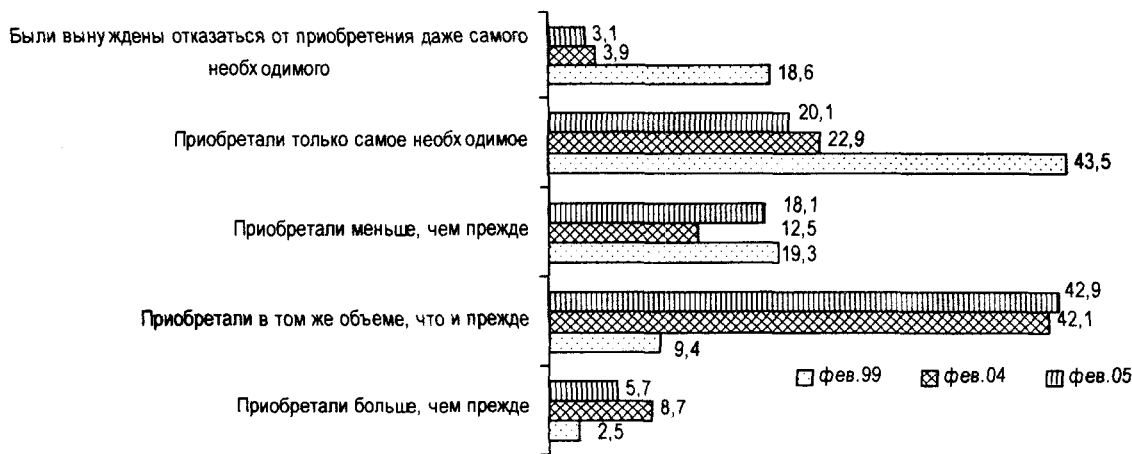


Рис. 10. Как изменилось приобретение Вами продовольственных товаров в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

«больше, чем прежде», составила 6% как среди наименее обеспеченного населения, так и среди опрошенных с наибольшими доходами. Приобретали продукты в том же объеме 32 и 60% опрошенных в соответствующих доходных группах. При этом 28% среди 20% населения с наименьшим уровнем доходов приобретали только самое необходимое, а 6% были вынуждены отказаться от приобретения даже самого необходимого (речь идет о переходе на потребление преимущественно продуктов собственного производства).

Жители области, по их оценкам, в 2004 г. тратили на питание в среднем около 60% своих доходов (в 2003 г. – 65%). По сравнению с 2003 г. сократилась доля населения, расходующего на питание от 70 до 80% совокупного семейного дохода (с 38 до 26% соответственно). Это произошло за счет увеличения (с 43 до 53%) удельного веса тех, у кого уходило на питание от 40 до 60% средств. При этом 13% жителей области тратили на продукты питания почти все свои доходы (в 2003 г. – 14%) и только 8% – около четверти (в 2003 г. – 5%). В группе людей с наименьшим уровнем доходов 19% опрошенных расходовали на продукты питания почти все свои средства, в группе «среднеобеспеченных» – 12%, в группе с наибольшими доходами – только 4%. Три четверти доходов тратили на питание 41% опрошенных в первой группе, 26 – во второй и 16% – в третьей. Около половины средств уходило на питание у 36, 57 и 61% опрошенных соответственно (рис. 11).

Более 70% опрошенных чаще всего потребляют такие продукты питания, как хлебобулочные изделия, картофель, макаронные изделия, крупы. Регулярное потребление мяса, рыбы и фруктов могут позволить себе более 40% населения. За последний год возросла регулярность потребления

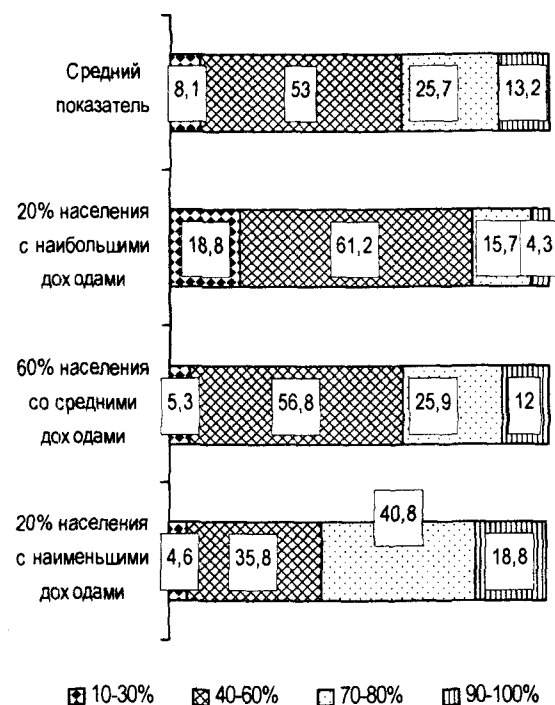


Рис. 11. Какая часть всех доходов Вашей семьи уходит на питание? (в % от числа ответивших в каждой группе)

жителями области молока (с 66 до 72%), яиц (с 64 до 67%), сметаны (с 49 до 56%), сыра (с 32 до 38%), колбасы (с 45 до 49%), кондитерских изделий (с 42 до 47%). В группе населения с наименьшим уровнем доходов лишь эпизодически потребляют мясо 52% опрошенных, колбасу – 62%, рыбу – 54, молоко – 32, яйца – 41, животное масло – 50, фрукты – 57% (табл. 1). У высокодоходных категорий населения наблюдается более высокий уровень продовольственного потребления. Так, среди 20% населения с наибольшими доходами около 70% регулярно употребляют мясо, колбасу, фрукты, около 80% – молоко, яйца, около 60% – рыбу, животное масло.

Что касается непродовольственных товаров, то доля приобретавших их «в том же объеме, что и раньше», продолжает увеличиваться (34% в 2004 г. против 28% в 2003 г.; рис. 12). Прервалась тенденция снижения удельного веса тех, кто «приобретал непродовольственных товаров меньше,

Таблица 1

**Регулярно ли Вы потребляете основные продукты питания или только эпизодически?**  
(в % от числа опрошенных)

Продукты питания	Средний показатель		20% населения с наименьшими доходами	60% населения со средними доходами	20% населения с наибольшими доходами
	фев. 04	фев. 05			
РЕГУЛЯРНО					
Хлебобулочные изделия	92,4	84,7	83,5	85,7	91,9
Картофель	87,1	84,5	86,8	84,5	90,1
Сахар	84,7	80,5	80,5	81,2	87,1
Масло растительное	80,7	78,3	71,7	79,7	90,8
Лук	80,3	77,3	86,4	76,0	79,4
Макаронные изделия	74,1	74,1	71,0	75,3	85,3
Молоко	66,3	72,3	64,7	73,0	82,4
Крупы	72,5	71,1	71,7	71,4	80,1
Капуста	70,9	70,7	79,0	70,1	74,3
Яйцо	63,9	67,0	53,3	69,5	78,7
Сметана	49,2	55,9	46,3	56,3	75,4
Колбаса	44,9	49,4	29,8	50,7	69,9
Масло животное	46,9	48,5	36,8	49,1	62,9
Кондитерские изделия	42,0	46,7	46,0	44,8	64,3
Рыба	38,0	46,1	39,3	47,2	58,1
Мясо	43,7	45,2	40,1	41,5	68,4
Фрукты	36,5	41,4	35,7	36,2	68,4
Сыр	31,9	38,4	28,7	34,3	66,5
ЭПИЗОДИЧЕСКИ					
Сыр	57,7	50,7	61,8	57,0	30,5
Фрукты	55,3	48,3	57,4	53,9	29,0
Мясо	48,1	46,6	51,8	52,5	29,8
Рыба	52,5	42,8	53,7	42,8	37,1
Кондитерские изделия	48,9	42,6	47,8	45,6	31,6
Колбаса	48,2	42,3	61,8	43,2	27,9
Сметана	43,3	34,7	46,3	36,4	22,1
Масло животное	38,9	33,1	50,0	34,3	22,4
Яйцо	30,9	25,5	40,8	24,4	18,4
Молоко	27,4	21,1	31,6	21,5	14,0
Капуста	22,8	21,1	16,2	22,4	21,7
Крупы	22,3	20,4	24,6	22,1	15,4
Макаронные изделия	21,7	17,4	23,5	18,4	12,1
Лук	13,6	14,8	10,7	17,0	15,4
Масло растительное	14,3	13,7	22,4	13,4	7,0
Сахар	11,0	11,5	15,8	12,0	8,1
Картофель	9,5	9,5	10,3	10,8	7,7
Хлебобулочные изделия	4,6	7,7	9,6	8,1	4,8

чем прежде». При этом представительство увеличивших уровень потребления за последний год заметно снизилось (с 9 до 5%). Об уменьшении объема приобретения непродовольственных товаров и услуг заявили 14% опрошенных в группе с наимень-

шими доходами и 17% – в группе с наибольшими доходами. Приобретали непродовольственные товары в том же объеме, что и прежде, около половины опрошенных с наибольшими доходами и только 23% опрошенных – с наименьшими. При этом

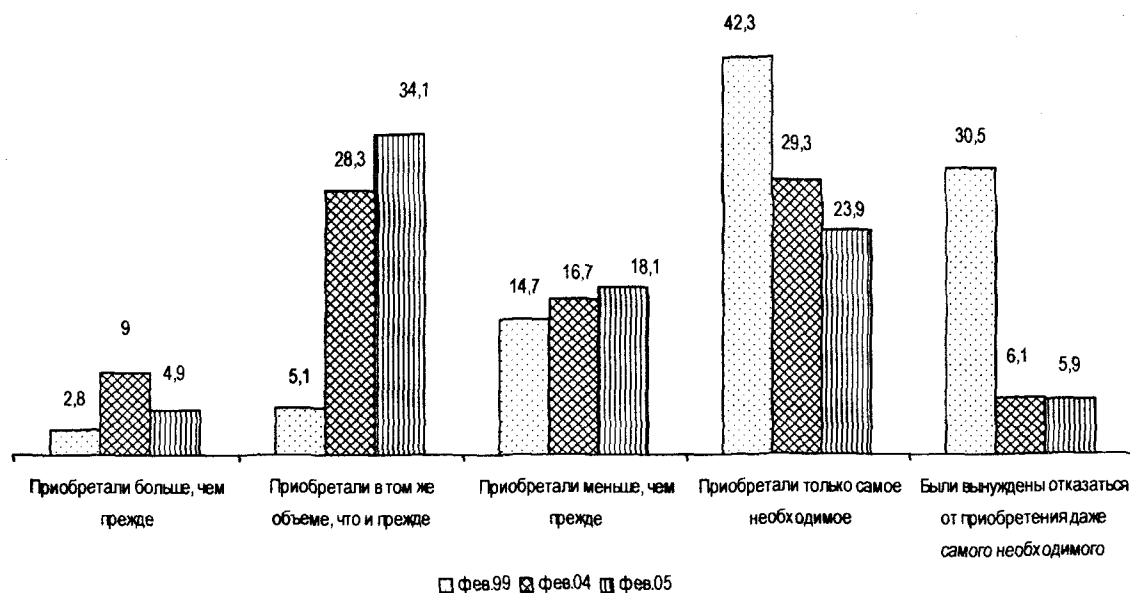


Рис. 12. Как изменилось приобретение Вами недовольственных товаров в прошлом году по сравнению с предыдущим? (в % от числа опрошенных)

были вынуждены приобретать только самое необходимое 28% опрошенных среди населения с наименьшим уровнем доходов и почти вдвое меньше (12%) – среди наиболее обеспеченных. Правда здесь нужно учитывать разницу в уровне материальных потребностей обеих групп, который, конечно, выше у высокодоходных слоев.

По сравнению с предыдущим годом отмечен рост обеспеченности жителей области основными товарами повседневного пользования. Так, увеличились доли опрошенных, считающих себя в достаточной мере обеспеченными верхней одеждой (с 38 до 59%), легкой одеждой (с 44 до 58%), обувью (с 37 до 55%; табл. 2). Зафиксировано также увеличение удельного веса населения, «в достаточной мере обеспеченного» товарами долговременного пользования: стиральной машиной (с 56 до 60%), пылесосом (с 52 до 57%), холодильником (с 64 до 66%), мебелью (с 50 до 56%).

Однако около трети жителей области по-прежнему «нуждаются, но не имеют

средств» на покупку одежды и обуви (табл. 3). Нуждающиеся – это в основном представители низкообеспеченных слоев населения. Так, нуждаются, но не имеют средств на покупку верхней одежды 40% среди населения области с наименьшим уровнем доходов и 29% населения со средними доходами, легкой одежды – 33 и 25% соответственно, обуви – 48 и 28%. В среднем от 20 до 30% представителей низкодоходных групп населения испытывают потребность в товарах долговременного пользования. Не имеют средств на покупку мебели 35% жителей области с наименьшим уровнем доходов и 25% представителей среднедоходной группы населения, стиральной машины – 20 и 23% соответственно, пылесоса – 25 и 19%, холодильника – по 20%, телевизора – 21 и 16%.

Таким образом, в 2004 г. прервалась начавшаяся с 2002 г. тенденция улучшения оценок жителями области изменения благосостояния своих семей, а также возможностей потребления основных товаров и услуг. Так, по сравнению с предыдущим

Таблица 2

**Оцените потребность Вашей семьи в промышленных товарах**  
(в % от числа опрошенных)

	Фев. 99	Фев. 00	Фев. 01	Фев. 02	Фев. 03	Фев. 04	Фев. 05
<i>Средства бытовой химии (мыло, стир. порошок и т. п.)</i>							
Обеспечены в достаточной мере	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	70,2
Нуждаемся, но нет средств	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	10,5
<i>Посуда</i>							
Обеспечены в достаточной мере	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	67,9
Нуждаемся, но нет средств	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	12,8
<i>Телевизор</i>							
Обеспечены в достаточной мере	48,5	43,5	44,5	44,5	62,0	67,5	65,8
Нуждаемся, но нет средств	29,6	37,5	31,7	30,0	21,5	13,4	16,2
<i>Холодильник</i>							
Обеспечены в достаточной мере	59,0	51,7	58,5	48,5	59,7	64,2	65,5
Нуждаемся, но нет средств	22,7	31,0	22,0	27,6	25,2	16,8	19,1
<i>Стиральная машина</i>							
Обеспечены в достаточной мере	53,3	50,2	48,2	42,3	50,9	56,3	59,7
Нуждаемся, но нет средств	28,8	33,5	32,9	34,3	33,8	24,5	21,7
<i>Верхняя одежда</i>							
Обеспечены в достаточной мере	26,4	28,2	28,4	27,6	33,4	38,4	58,7
Нуждаемся, но нет средств	42,8	44,1	39,3	39,0	36,6	25,5	29,5
<i>Легкая одежда</i>							
Обеспечены в достаточной мере	38,6	37,5	37,3	36,5	43,9	43,9	58,1
Нуждаемся, но нет средств	32,5	36,5	31,1	28,1	26,1	19,1	24,4
<i>Пылесос</i>							
Обеспечены в достаточной мере	43,6	39,5	41,1	38,7	49,6	51,6	57,1
Нуждаемся, но нет средств	28,7	39,7	35,4	33,1	28,7	23,6	19,4
<i>Мебель</i>							
Обеспечены в достаточной мере	41,1	40,1	40,3	35,1	43,4	49,5	56,3
Нуждаемся, но нет средств	37,3	42,1	40,0	40,2	38,6	30,3	25,4
<i>Обувь</i>							
Обеспечены в достаточной мере	25,7	28,5	28,2	28,0	30,5	37,4	54,6
Нуждаемся, но нет средств	39,2	40,9	35,6	35,0	32,4	23,0	30,3
<i>Магнитофон/ музыкальный центр</i>							
Обеспечены в достаточной мере	40,7	37,8	36,9	38,7	40,6	42,1	41,9
Нуждаемся, но нет средств	23,8	33,4	30,5	27,7	32,0	25,3	24,4
<i>Спортивная одежда и обувь</i>							
Обеспечены в достаточной мере	21,0	22,2	22,9	23,9	30,4	36,4	36,7
Нуждаемся, но нет средств	39,4	39,9	38,6	35,4	34,4	23,1	24,8
<i>Мобильный телефон</i>							
Обеспечены в достаточной мере	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	33,9
Нуждаемся, но нет средств	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	24,5
<i>Видеомагнитофон, DVD-проигрыватель</i>							
Обеспечены в достаточной мере	25,9	28,1	25,3	30,1	35,4	36,9	29,8
Нуждаемся, но нет средств	36,0	40,4	40,1	34,9	33,7	25,9	28,4
<i>Автомобиль</i>							
Обеспечены в достаточной мере	14,3	16,1	13,1	16,7	19,3	18,9	22,7
Нуждаемся, но нет средств	39,6	46,7	38,2	44,2	44,7	38,9	35,7
<i>Компьютер</i>							
Обеспечены в достаточной мере	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	18,3
Нуждаемся, но нет средств	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	36,1



Таблица 3

**Оцените потребность Вашей семьи в промышленных товарах  
(в % от числа опрошенных)**

	Доходные группы		
	20% населения с наименьшими доходами	60% населения со средними доходами	20% населения с наибольшими доходами
<i>Средства бытовой химии (мыло, стир. порошок и т.п.)</i>			
Обеспечены в достаточной мере	66,5	70,9	83,8
Нуждаемся, но нет средств	14,3	10,7	5,5
<i>Посуда</i>			
Обеспечены в достаточной мере	65,1	67,8	81,3
Нуждаемся, но нет средств	16,9	13,5	7,7
<i>Телевизор</i>			
Обеспечены в достаточной мере	65,8	65,4	79,8
Нуждаемся, но нет средств	20,6	15,7	9,2
<i>Холодильник</i>			
Обеспечены в достаточной мере	67,6	65,1	79,4
Нуждаемся, но нет средств	20,2	19,9	12,5
<i>Стиральная машина</i>			
Обеспечены в достаточной мере	64,3	58,4	72,1
Нуждаемся, но нет средств	19,9	23,1	15,4
<i>Верхняя одежда</i>			
Обеспечены в достаточной мере	50,4	61,2	74,6
Нуждаемся, но нет средств	39,7	28,6	18,0
<i>Легкая одежда</i>			
Обеспечены в достаточной мере	51,8	57,7	76,8
Нуждаемся, но нет средств	32,7	25,2	12,5
<i>Пылесос</i>			
Обеспечены в достаточной мере	50,4	58,0	72,8
Нуждаемся, но нет средств	25,0	19,3	16,9
<i>Мебель</i>			
Обеспечены в достаточной мере	53,3	57,0	67,3
Нуждаемся, но нет средств	34,9	24,9	22,1
<i>Обувь</i>			
Обеспечены в достаточной мере	42,6	55,9	73,9
Нуждаемся, но нет средств	47,8	28,3	16,5
<i>Магнитофон/ музыкальный центр</i>			
Обеспечены в достаточной мере	32,4	40,3	65,8
Нуждаемся, но нет средств	36,8	23,7	17,6
<i>Спортивная одежда и обувь</i>			
Обеспечены в достаточной мере	34,6	32,2	60,3
Нуждаемся, но нет средств	35,7	24,1	18,4
<i>Мобильный телефон</i>			
Обеспечены в достаточной мере	15,8	32,4	64,0
Нуждаемся, но нет средств	31,3	25,9	17,3
<i>Видеомагнитофон, DVD-проигрыватель</i>			
Обеспечены в достаточной мере	23,9	28,0	47,8
Нуждаемся, но нет средств	37,9	28,4	26,1
<i>Автомобиль</i>			
Обеспечены в достаточной мере	12,5	22,1	39,7
Нуждаемся, но нет средств	35,7	38,2	33,8
<i>Компьютер</i>			
Обеспечены в достаточной мере	6,6	16,0	39,7
Нуждаемся, но нет средств	44,9	36,7	34,6

годом возросла доля населения, не отмечающего изменений материальных условий жизни своих семей, возможностей для отдыха, заработков, приобретения продовольственных и непродовольственных товаров. При этом удельный вес респондентов, указывающих на улучшение условий жизни своих семей, остался на прежнем уровне либо сократился. Около 60% всех доходов жители региона по-прежнему тратят на питание.

Среди разных доходных групп отмечаются существенные различия в материальном положении и уровне потребления. Низкодоходные категории населения, в отличие от жителей области со средним

и высоким уровнем доходов, более негативно характеризуют свое социально-экономическое положение, уровень и структуру питания, степень обеспеченности промышленными товарами повседневного и долговременного пользования.

Ограниченная покупательная способность значительной части населения выступает в качестве фактора, тормозящего развитие регионального потребительского рынка. В связи с этим не теряет своей актуальности необходимость реализации мер, направленных на совершенствование распределительных механизмов в обществе и сокращение масштабов социально-экономического неблагополучия граждан.