

2. Комаров В. Персидская война 1722–1725. Материалы для истории царствования Петра Великого. М., 1867.
3. Молчанов Н. Н. Дипломатия Петра I. М., 1964.
4. Лысцов В. П. Персидский поход Петра I. М., 1984.
5. Соймонов Ф. И. Описание Каспийского моря и чиненных на оном российских завоеваний, яко часть истории государя императора Петра Великого. СПб., 1763.

## **ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ (по материалам конкретного социологического исследования)<sup>1</sup>**

*А. Р. Беккальева, А. В. Ненашева, Е. В. Каргаполова  
Астраханский государственный архитектурно-строительный  
университет, г. Астрахань (Россия)*

Главным условием существования и успешного функционирования любого государства является население. Показателем качества жизни населения считается его потребительское настроение. Изменения потребительских настроений обусловлены изменениями отношений собственности, системы политических институтов, механизма социальной стратификации и т.д. Индекс потребительских настроений (РИПН) – это индикатор измерения потребительской уверенности, определенной как степень оптимизма относительно состояния экономики, который население выражает через свое потребление и сбережение.

В Астраханской области первая волна мониторингового исследования индекса потребительских настроений была проведена под руководством Е. В. Каргаполовой в январе 2013 г. (N = 830), вторая волна – в апреле 2013 г. (N = 690), третья – в декабре 2013 г. (N = 600), четвертая – в апреле 2014 г. (N = 700), пятая – в ноябре 2014 г. (N = 600), шестая – в марте 2015 г. (N = 1200), седьмая – в ноябре 2015 г. (N = 1200) [1–3]. Исследование проводилось методом анкетирования по месту жительства. Квотируемые признаки: «пол», «возраст», «тип поселения». Ошибка выборки не превышает 3 %.

Индекс рассчитывается на основе ответов респондентов на шесть вопросов.

1. «Как Вы полагаете, нынешние условия жизни в нашей области лучше, хуже или примерно такие же, как и в целом по стране?»

2. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (вашей семьи), лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?»

3. «Как Вы полагаете, в ближайшие 12 месяцев Ваше материальное положение улучшится, ухудшится или останется примерно таким же, как сейчас?»

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РГНФ (проект 16-03-00463 «Динамика социально-экономического развития региона как гетерархической системы»).

4. «Как, по Вашему мнению, за это время изменится жизнь большинства россиян: улучшится, ухудшится или останется примерно такой же, как сейчас?»

5. «Как Вы думаете, в ближайшие 5 лет материальное положение россиян в целом улучшится, ухудшится или останется прежним?»

6. «Если говорить о крупных покупках для дома, – таких как мебель, холодильник, бытовая электроника, телевизор, то, как Вы полагаете, сейчас в целом хорошее или плохое время для того, чтобы делать такие покупки?»

На основании ответов респондентов на каждый вопрос рассчитываются частные индексы, отражающие динамику отдельных факторов, формирующих потребительское поведение населения. Частные индексы строятся по следующей процедуре: из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных (средние и не содержательные варианты ответов в расчетах не учитываются) и к этой разнице прибавляется 100, чтобы исключить появление отрицательных величин. Совокупный индекс рассчитывается как средняя арифметическая из частных индексов. Значения индексов могут изменяться в пределах от 0 до 200. Индекс равен 200, когда все население положительно оценивает экономическую ситуацию. Индекс равен 100, когда доля положительных и отрицательных оценок одинакова. Значения индекса ниже 100 означают преобладание негативных оценок в обществе [4, с. 10].

Для полной картины регионального индекса потребительских настроений рассчитывают следующие частные индексы: индекс положения семьи (ИС) (вопросы 2–3), индекс межрегиональных сравнений (ИМС) (вопрос 1), индекс ожиданий (ИО) (вопросы 3–5) и индекс покупательской активности (ИПА) (вопрос 6). Если значения частных индексов больше 100, то доля положительных ответов превышает долю отрицательных. И наоборот, если значение индекса меньше 100, то большинство респондентов дали отрицательные ответы по тому или иному вопросу.

Итак, расчеты семи волн показали (см. табл. 1, рис. 1), что индекс положения семьи к ноябрю 2014 г. снизился по сравнению с предыдущей волной на 14 баллов, далее вырос на 24 балла, а затем опять значительно снизился на 35 баллов. Это значит, что отрицательные ответы респондентов значительно превышают положительные, хотя в январе 2013 г., апреле 2014 г. и марте 2015 г. наблюдалась совсем иная картина.

Индекс межрегиональных сравнений увеличился к апрелю 2014 г. на 12 баллов относительно предыдущей волны, но к концу года наметился спад, который продолжился в марте 2015 г., к ноябрю 2015 года наблюдалось повышение на 8 баллов. Но спад относительно ноября 2014 г. равен 12 баллам. Необходимо отметить, что значения этого индекса являются самыми низкими из всех частных индексов РИПН и за весь исследуемый период отрицательные ответы респондентов значительно превышали положительные.

Таблица 1

## Индексы потребительских настроений в Астраханской области

Показатели		Периоды исследования						
		Январь 2013 г.	Апрель 2013 г.	Декабрь 2013 г.	Апрель 2014 г.	Ноябрь 2014 г.	Март 2015 г.	Ноябрь 2015 г.
Индекс положения семьи	ИС	108	98	87	106	92	116	81
Индекс межрегиональных сравнений	ИМС	71	73	73	85	82	62	70
Индекс ожиданий	ИО	76	63	63	90	93	88	82
Индекс покупательской активности	ИПА	101	91	92	99	93	68	75
Совокупный индекс	СИ	89	81	79	95	90	77	78

Индекс ожиданий к декабрю 2013 г. снизился, а в 2014 г. значительно повысился на 27 баллов и продолжал повышаться в течение всего года, что, вероятно, было связано с ростом международного престижа России в связи с проведением Олимпийских игр в Сочи и присоединением Крыма. Но, несмотря на повышение, этот индекс не достиг положительно-нейтральной 100-балльной отметки. В 2015 г. снова наметился спад и к ноябрю составил 11 баллов относительно ноября 2014 г.

Что касается индекса покупательской активности, то мы наблюдаем то повышение, то спад в рассматриваемом периоде: за 2013 г. его значения упали на 10 баллов, в 2014 г. – на 6 баллов, в 2015 г. – напротив повысились на 7 баллов. При этом только в первой волне исследования – в январе 2013 г. – значения этого индекса превышали 100 баллов, минимум значений – 65 баллов – приходится на март 2015 г.

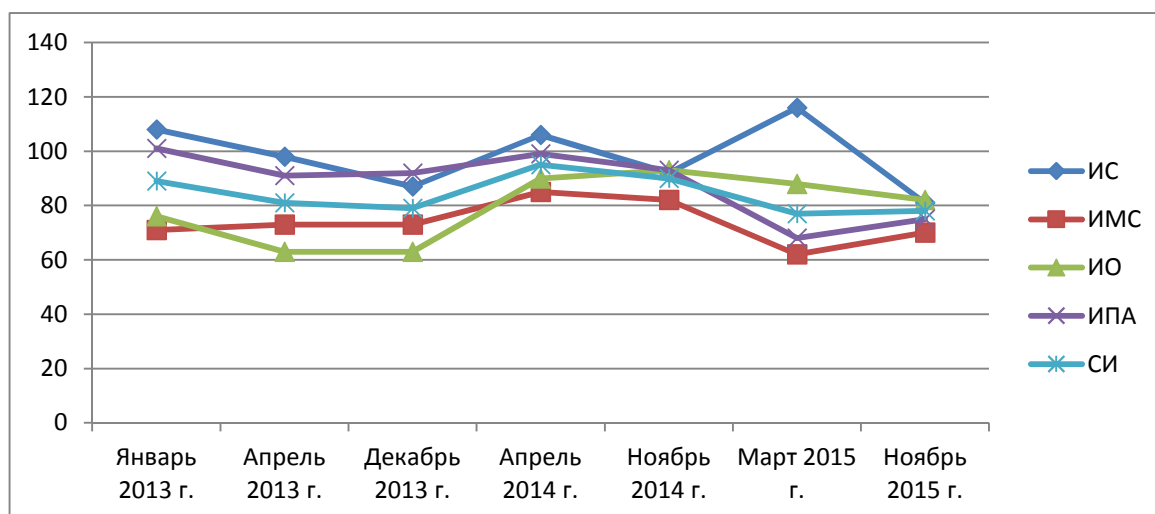


Рис. 1. Динамика индексов потребительских настроений в Астраханской области

Совокупный индекс к декабрю 2013 г. уверенно снижался, после произошел скачок на 16 баллов, но к концу 2014 г. снова началось падение, которое в значительной мере продолжилось и в 2015 г. На рис. 1 изображены колебания индексов на протяжении всех периодов, и к ноябрю 2015 г. значения частных и совокупных индексов сосредоточились в диапазоне от 80 до 100. Это значит, что к концу 2015 г. доли отрицательных ответов превышали положительные абсолютно по всем вопросам.

#### Список литературы

1. Беккалиева А. Р., Каргаполова Е. В. Астраханская область в условиях модернизации: опыт мониторингового исследования // Социокультурные и природно-ресурсные факторы сбалансированности модернизации регионов России : материалы X Всероссийской научно-практической конференции по программе «Социокультурная эволюция России и ее регионов», г. Пермь, 14–17 октября 2014 г. Пермь, 2014. С. 184–189.
2. Беккалиева А. Р., Каргаполова Е. В. Динамика потребительских настроений в Астраханской области // Потенциал интеллектуально одаренной молодежи – развитию науки и образования : материалы III Международного научного форума молодых ученых, студентов и школьников 21–25 апреля 2014 г. Астрахань : ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2014. Т. 1. С. 237–239.
3. Беккалиева А. Р., Каргаполова Е. В. Региональный индекс потребительских настроений (на примере Астраханской области) // Потенциал интеллектуально одаренной молодежи – развитию науки и образования : материалы II Международного научного форума молодых ученых, студентов и школьников 20–24 мая 2013 г. Астрахань : ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2013. С. 220–223.
4. Ибрагимова Д. Х., Николаенко С. Индекс потребительских настроений. М. : Поматур, 2005.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕНЩИНЫ-УЧЕНОГО И СЕМЬЯ

*Е. В. Ануфриева, В.С. Кондратьева,  
Е. Д. Лепешкина, С. А. Попова  
Волгоградский государственный технический  
университет, г. Волгоград (Россия)*

Во времена, когда в каждом доме царил тотальный патриархат, было распространено стереотипное представление о том, что мужчина – это «господин», «глава» и «вершитель судеб» и самое главное в его жизни – работа. У женщины же не было возможности реализовать себя в роли успешного работника, ее деятельность была полностью ограничена домашними обязанностями.

Начиная с Древнего мира, можно проследить дискриминацию в отношении женщин на занятия наукой. Считалось, что женщина не может выйти за рамки своего природного предназначения, и даже в русском языке долго время не было лексем, обозначающих профессии лиц женского пола. Од-