Результат интеллектуальной деятельности

в виде базы данных по теме:

**БАЗА ДАННЫХ ПО РАСЧЕТУ ИНДЕКСА ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА**

разработан в рамках научно - исследовательской работы по теме:

РАЗРАБОТКА И ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ИНДЕКСА

ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА

выполненной за счет средств Научного фонда Финансового университета 2017 год

Сведения об авторе:

|  |  |
| --- | --- |
| C:\Users\АЛЕКСЕЙ\Desktop\Зубец А.Н..JPG | Зубец Алексей Николаевич, доктор экономических наук, проректор по стратегическому развитию и практико-  ориентированному образованию Стаж работы в Финансовом университете с 2013 г. |

Контакты:

 Телефон: +7(499)943-98-74

 E-mail: [EISHarafutdinova@fa.ru](mailto:EISHarafutdinova@fa.ru)

РЕКЛАМНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ РЕЗУЛЬТАТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Индекс Финансового университета рассчитывается по следующим основным составляющим:

* питание вне дома и развлечения;
* активность населения на рынке мебели или крупной бытовой техники;
* активность населения на рынке автотранспорта;
* активность населения на рынке недвижимости;
* динамика доходов населения в целом;
* динамика доходов верхней имущественной группы населения;
* готовность населения к миграции в поисках лучшей жизни;
* напряженность рынка труда;
* ощущение безопасности, которое испытывают (или не испытывают) люди в том месте, где они проживают;
* активность населения на рынке финансов, пользование услугами финансовых компаний;
* активность населения на рынке продовольствия;
* активность населения на рынке туризма.

Наиболее удобным и универсальным способом сбора информации для расчета Индекса являются опросы населения.

В ходе опросов респондентам, проживающим в различных населенных пунктах, задается ряд вопросов, основными среди которых являются следующие:

1. Скажите пожалуйста, часто ли вы посещаете кафе и рестораны?
2. Скажите пожалуйста, часто ли вы посещаете развлекательные центры, театры и кино?
3. Скажите пожалуйста, часто ли вы пользуетесь услугами такси?
4. Есть ли в ваших планах на ближайший месяц приобретение мебели или крупной бытовой техники для оборудования дома? Если да, то какой?
5. Есть ли в ваших планах на ближайший месяц приобретение автомобиля? Если да, то какого (марка, возраст)?
6. Есть ли в ваших планах на ближайшие полгода приобретение квартиры или городского дома?
7. Есть ли в ваших планах на ближайшие полгода приобретение загородного дома, дачи?
8. Оцените пожалуйста, какая доля доходов вышей семьи ежемесячно уходит на питание?
9. Оцените пожалуйста ваш уровень жизни (денег с трудом хватает на питание, питаемся хорошо, можем приобрести предметы первой необходимости, можем купить крупную бытовую технику, но не новый автомобиль, могу купить новый автомобиль, но не квартиру, могу купить квартиру или новый дом, не могу определиться).
10. Скажите пожалуйста, в ваших планах есть переезд на новое место в поисках лучшей жизни? Если да, то, когда вы собираетесь переезжать?
11. Ищете ли вы работу?
12. Чувствуете ли вы потребность в средствах самозащиты (травматический пистолет, газовый баллончик и т.п.)?
13. Есть в ваших планах на ближайший месяц приобретение страхового полиса? Если да, то какого?
14. Есть в ваших планах на ближайший месяц открытие вклада в банке или пополнение существующего вклада?
15. Есть в ваших планах на ближайший месяц получение кредита?
16. Есть в ваших планах на ближайший месяц приобретение ценных бумаг - акций, облигаций, долей в ПИФах и т.п.?
17. Есть в ваших планах на ближайший месяц приобретение валюты?
18. Где вы предпочитаете покупать продовольствие (уличные рынки, магазины у дома, сетевые супермаркеты нижней ценовой категории, сетевые супермаркеты средней и верхней ценовой категории)?
19. Есть в ваших планах на ближайший месяц совершение туристических поездок на отдых на российские или зарубежные курорты? Если да, то на какие?

Информация, собираемая в ходе исследований, имеет разнородный характер, поэтому для сведения к единому, сравнимому виду ее необходимо преобразовать в группу суб-индексов. По итогам социологических опросов для каждого из регионов, как и для страны в целом, определяются шесть основных суб-индекса, отражающих:

* динамику доходов населения;
* активность населения на рынке недвижимости;
* активность потребителей на рынке автотранспорта;
* активность потребителей на рынке бытовой техники и мебели;
* активность потребителей на рынке накоплений;
* склонность к питанию вне дома и развлечениям различных типов.

Каждый из региональных суб-индексов отражает рост или падение соответствующих ему социальных индикаторов. Общий Индекс отражает сумму данных относительно потребительской активности населения и рассчитывается как среднее значение шести суб-индексов. При расчете региональных значений Индекса используются соответствующие суб-индексы. Свои суб-индексы, отражающие состояние отдельных составляющих потребительского спроса на национальном уровне, определяются и для расчета значения Индекса по стране в целом.

Суб-индекс динамики доходов населения определяется как прирост или падение средней доли доходов, используемых на приобретение продовольствия, а также на основании динамики средней самооценки собственного благополучия (вопросы 8 и 9).

Суб-индекс, отражающий активность населения на рынке недвижимости, определяется как прирост или падение доли тех, кто намерен в ближайшее время приобрести квартиру, городской или загородный дом (вопросы 6 и 7).

Суб-индекс, отражающий активность населения на рынке автотранспорта, определяется на основании данных о динамике доли потребителей, намеренных в течение ближайшего месяца купить новую машину (вопрос 5).

Суб-индекс, отражающий потребительскую активность на рынке бытовой техники и мебели, рассчитывается как прирост или падение доли тех, кто намерен приобрести эти товары в течение ближайшего месяца (вопрос 4).

Суб-индекс, отражающий активность населения на рынке банковских вкладов, рассчитывается как прирост или падение доли тех, кто намерен в течение ближайшего месяца открыть новый или пополнить имеющийся банковский вклад (вопрос 14).

Суб-индекс, отражающий активность населения в части питания вне дома и развлечений, рассчитывается как прирост или падение доли тех, кто питается вне дома, посещает развлекательные центры, театры и кино, а также пользуется услугами такси (вопросы 1-3).

Итоговый Индекс рассчитывается как среднее значение этих суб-индексов как по регионам страны, так и по стране в целом. Рассчитываются также ряд дополнительных показателей, имеющих справочное значение. Для анализа экономической ситуации принимаются в расчет также упомянутые выше оперативные данные экономической статистики и социологические показатели.