



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

МОНИТОРИНГ СФЕРЫ МОЛОДЕЖНОЙ
ПОЛИТИКИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

2026



СОДЕРЖАНИЕ

I. МЕТОДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	3–6
II. СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЕЖИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ РЕГИОНА	7–14
2.1. Оценка социально-экономической ситуации и удовлетворенность местом жительства	7
2.2. Проблемное поле Смоленской области	12
III. МИГРАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	15–21
3.1. Планы на переезд у молодежи Смоленской области	15
3.2. Причины смены места жительства, либо его сохранения	18
IV. МОЛОДЕЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРОПРИЯТИЯ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	22–28
4.1. Молодежные организации Смоленской области ...	22
4.2. Мероприятия для молодежи в Смоленской области	24
V. ОЦЕНКА МОЛОДЕЖЬЮ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РАБОТЫ ОРГАНОВ ВЛАСТИ В ОБЛАСТИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ	29–31
VI. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ	32–34
VII. ПРИЛОЖЕНИЯ	35–53
7.1. Социологическая анкета	35
7.2. Вспомогательные статистические таблицы	40



I. МЕТОДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Данный аналитический отчет содержит результаты социологического исследования «Мониторинг сферы молодежной политики Смоленской области». Социологическое исследование было проведено специалистами независимого Аналитического агентства «ИМИДЖ-ФАКТОР», г. Иваново (далее по тексту – Исполнитель) в марте-июне 2026 года по заказу Смоленского ОГБУ «Молодежный центр «Пушкинский» в рамках исполнения соответствующего контракта (далее по тексту – Контракт). Проведение исследования (мониторинга) осуществлялось в строгом соответствии с Техническим заданием к Контракту.

Цель исследования – получение достоверных сведений о состоянии молодежной политики в Смоленской области в целях оценки обеспечения достижения определенных Заказчиком показателей (индикаторов).

В ходе исследования решались следующие основные **задачи** (основные показатели / индикаторы исследования):

- молодежь региона хочет жить и работать в своем регионе;
- молодежь региона видит возможности самореализации в своем регионе;
- молодежь региона удовлетворена диалогом с институтами власти;
- молодежь информирована о возможностях и инфраструктуре молодежной политики, об общественных объединениях и организациях, обеспечивающих развитие молодежной политики.

Объект исследования – молодежная политика в Смоленской области. **Предмет исследования** – восприятие молодежью региональной молодежной политики.

Исследование проводилось в дистанционном формате с использованием электронной опросной платформы посредством **онлайн-опроса** через социальные сети по методике CAWI по формализованной анкете с использованием случайной выборки среди учащейся и работающей молодежи от 14 до 35 лет, проживающей во всех муниципальных образованиях Смоленской области. Общий объем **выборочной совокупности** составил



750 респондентов, пропорционально распределенных по отдельным муниципальным образованиям в соответствии с весом того или иного муниципального образования в общей численности населения региона. При отборе респондентов в отдельных муниципальных образованиях допускалась поправка на демографическую асимметрию.

Табл. 1. Территориально-географическая структура выборочной совокупности, абс. числа и % *

Муниципальное образование	Доля муниципального образования в общей численности населения, %	Количество опрошенных респондентов, абс. числа
ГО город Смоленск	36,2	272
ГО город Десногорск	2,9	21
Вяземский МО	8,1	61
Смоленский МО	7,2	54
Рославльский МО	6,9	52
Сафоновский МО	5,8	43
Ярцевский МО	5,3	39
Гагаринский МО	4,5	34
Починковский МО	2,8	21
Дорогобужский МО	2,7	20
Руднянский МО	2,4	18
Духовщинский МО	1,6	12
Сычевский МО	1,4	10
Демидовский МО	1,2	9
Ельнинский МО	1,2	9
Кардымовский МО	1,2	9
Краснинский МО	1,2	9
Велижский МО	1,0	8
Монастырщинский МО	0,9	7
Холм-Жирковский МО	0,9	7
Шумячский МО	0,9	7
Новодугинский МО	0,8	6
Угранский МО	0,7	6
Хиславичский МО	0,7	5
Ершичский МО	0,6	4
Темкинский МО	0,5	4
Глинковский МО	0,4	3
Итого	100,0	750

* Территориально-географическая структура выборки основывалась на данных Территориальных органов Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области. По результатам опроса статистические колебания выборки не превысили 2,0% (по сравнению с данными официальной статистики).



Выборка – 3-ступенчатая стратифицированная квотно-случайная. В качестве основных квотных параметров выступали муниципальный район, пол и возраст респондентов. Территориально-географическая и поло-возрастная структура выборки подробно представлены в **табл. 1-2**.

Статистическая погрешность выборки не превысила 4,0% при доверительном интервале в 95%, что говорит о высокой репрезентативности используемой выборки (воспроизводящей структуру генеральной совокупности, в роли которой выступает молодежь Смоленской области).

Табл. 2. Социально-демографическая структура (модель) выборки, абс. числа и % *

Группы респондентов	Выборка, %	Выборка, абс. числа
ПОЛ		
Мужчины	49,1	368
Женщины	50,9	382
Итого	100,0	750
ВОЗРАСТ		
14-17 лет	17,6	132
18-24 лет	28,7	216
25-29 лет	19,3	145
30-35 лет	34,4	257
Итого	100,0	750
РОД ЗАНЯТИЙ		
Учатся в школе	12,7	95
Учатся в средне-специальном учебном заведении	25,3	190
Учусь в высшем учебном заведении	8,0	60
Работают	52,4	393
Занимаются бизнесом	2,5	19
Не учатся и не работают	2,8	21
Другое	2,8	21
Итого	106,5**	799

* Территориально-географическая структура выборки основывалась на данных Территориальных органов Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области. По результатам опроса статистические колебания выборки не превысили 2,0% (по сравнению с данными официальной статистики).

** Вопрос про род занятий допускал несколько вариантов ответа, поэтому итоговая выборка составила более 750 респондентов и более 100% процентов.



Результатом каждого отдельно взятого онлайн-интервью являлась корректно заполненная **социологическая анкета**, содержащая отмеченные варианты ответа респондента на все поставленные вопросы, с указанием его социально-демографических характеристик, населенного пункта проживания.

Обработка и анализ статистических данных производилась с использованием возможностей статистико-математического пакета SPSS и программы MS Office Excel. Аналитический отчет по результатам исследования был подготовлен на базе MS Office Word.



II. СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЕЖИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ РЕГИОНА

2.1. Оценка социально-экономической ситуации и удовлетворенность местом жительства

Молодежь Смоленской области в целом довольна текущим положением дел в регионе на настоящий момент. Доля респондентов, которые удовлетворены социально-экономической ситуацией, составляет почти 60%. Противоположное мнение (не довольны сложившейся ситуацией) выражает около 33% опрошенных (**рис. 1**). Число респондентов, удовлетворенных социально-экономической ситуацией, незначительно выше среди мужчин (по сравнению с женщинами), при этом женщины почти вдвое чаще затрудняются с ответом (более подробно социально-демографическая структура распределения ответов респондентов на данный вопрос представлена в **Прил., табл. 1**).

При оценках респондентами социально-экономической ситуации в регионе наблюдается выраженная возрастная динамика. Наиболее высокая доля удовлетворенных фиксируется в младших возрастных группах: среди респондентов 14-17 лет и 18-24 лет. Наименьший уровень удовлетворенности характерен для более старших возрастных когорт 25-29 лет и 30-35 лет. Наибольшая доля удовлетворенных зафиксирована среди учащихся колледжей, техникумов, училищ, а также школьников. Среди студентов вузов этот показатель ниже, а доля не удовлетворенных достигает почти 50% – один из самых высоких показателей среди всех социальных групп. Наиболее низкий уровень удовлетворенности наблюдается среди респондентов, занимающихся бизнесом: лишь 1/3 представителей молодых предпринимателей довольны текущим положением дел в регионе.

В рамках исследования представители смоленской молодежи оценили изменение жизни в Смоленской области за последние 2-3 года. Более половины участников исследования (свыше 57%) полагают, что жизнь стала лучше. Об ухудшениях жизни в ретроспективе последних лет говорят около 10% опрошенных. Для 20,7% молодежи жизнь фактически не изменилась (**рис. 2**).

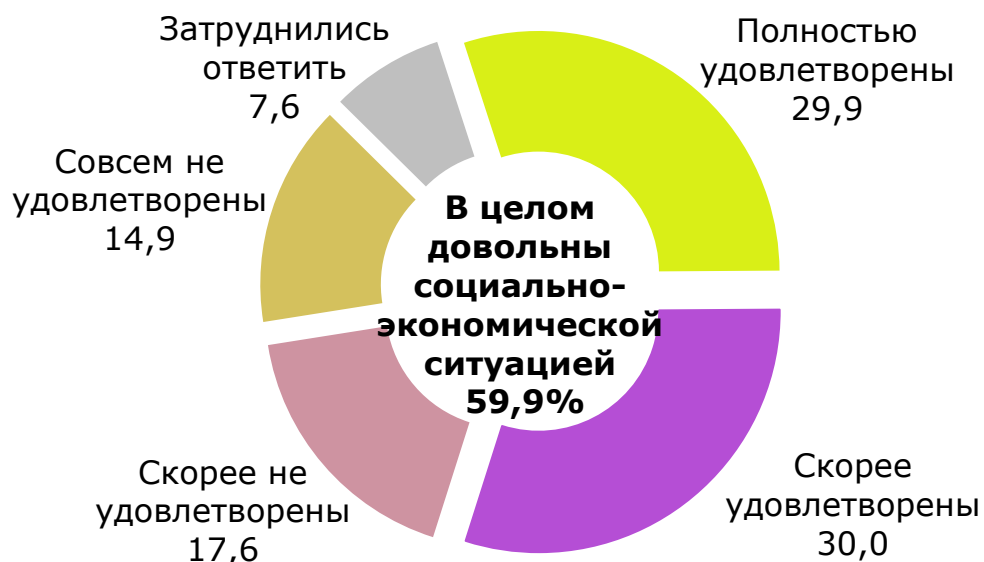


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы в целом социально-экономической ситуацией в Смоленской области?», % от числа опрошенных

В Прил., табл. 2 приведено распределение ответов респондентов на данный вопрос в разрезе социально-демографических групп. Доля респондентов, считающих, что жизнь стала лучше, несколько выше среди женщин. Наиболее высокая доля положительных оценок («жизнь стала лучше») зафиксирована в возрастных группах 18-24 года и 25-29 лет. Доля отрицательных оценок («стала хуже») возрастает с увеличением возраста. Наиболее высокий уровень положительных оценок наблюдается среди студентов вузов: 75% считают, что жизнь стала лучше (максимальное значение среди всех групп).

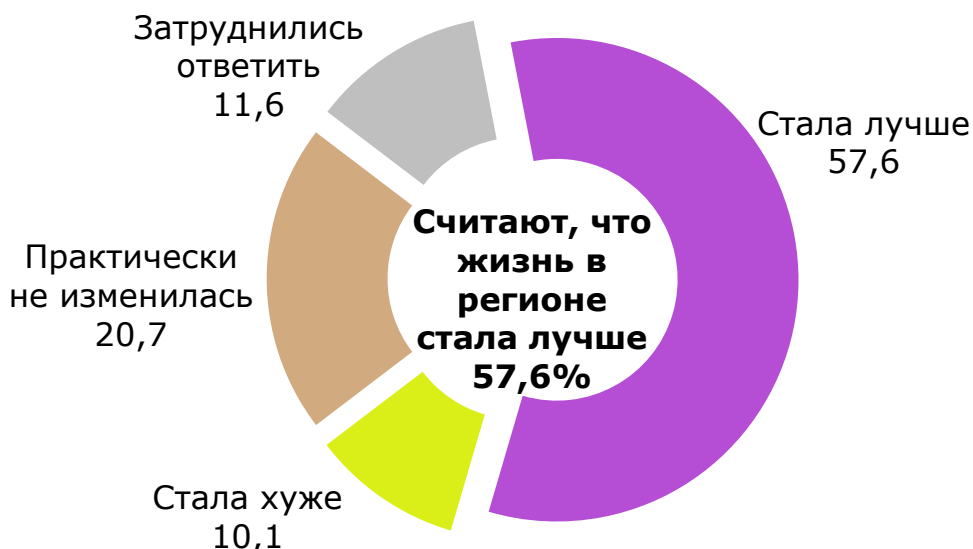


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вам кажется, жизнь в Смоленской области за последние 2-3 года улучшилась, ухудшилась, или практически не изменилась?», % от числа опрошенных

На **рис. 3** приведено распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете?». Сумма позитивных установок («рад» + «доволен») составляет в сумме почти 78%, сумма негативных установок («не доволен» + «категорически не нравится») – 13,1%. Доля респондентов, выбравших «я рад, что живу здесь», выше среди мужчин, при этом женщины чаще мужчин выбирают «в целом, я доволен» и значительно чаще затрудняются с ответом. Доли негативных оценок («не доволен» и «категорически не нравится») у мужчин и женщин близки. Наиболее высокая доля позитивных установок («рад» + «доволен») наблюдается в возрастных группах 14-17 лет и 18-24 года. В возрастных группах 25-29 лет и 30-35 лет доля позитивных установок снижается, а доля негативных установок возрастает.

Наиболее высокая доля позитивных установок зафиксирована среди учащихся вузов и колледжей (суммарно около 85%). Среди школьников показатель незначительно ниже – менее 76%. В группе представителей предпринимательского сообщества самая высокая доля негативных оценок на этот счет – суммарно 26,3%. Таким образом, наиболее высокий уровень позитивного отношения к месту проживания («рад» и «доволен») наблюдается среди учащихся (особенно вузов и колледжей) и в



младших возрастных группах (14–24 года). Снижение позитивных оценок и рост социального негатива характерны для возрастных когорт 25-35 лет и для работающих респондентов. Наиболее выраженное недовольство фиксируется среди предпринимателей (**Прил., табл. 4**).

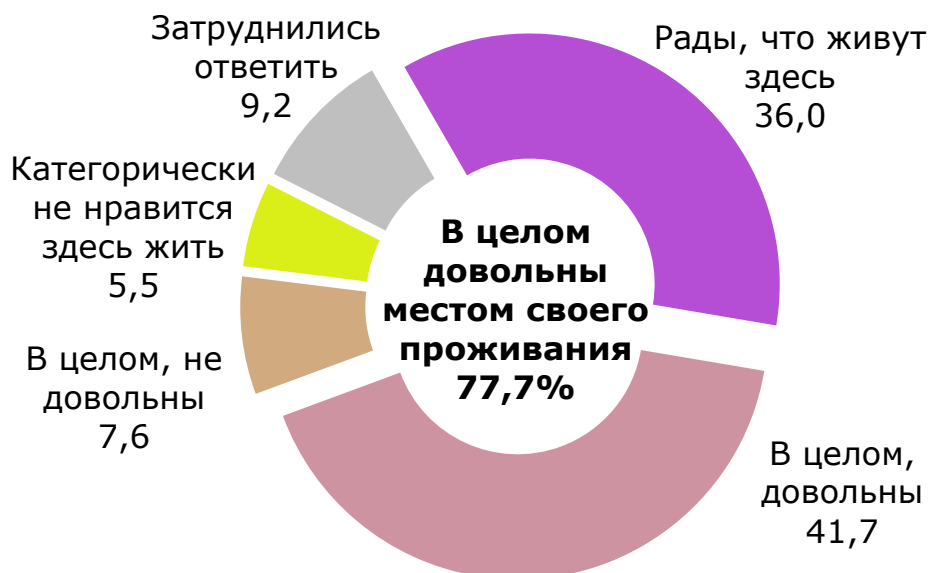


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете?», % от числа опрошенных

Относительное большинство респондентов (почти 57%) полагает, что регион в целом подходит для профессиональной самореализации молодежи. Обратную, негативистскую точку зрения (регион не подходит для самореализации) выражает 30% опрошенных. Таким образом, в общественном мнении преобладает позитивная оценка, но с заметной долей скептицизма (**рис. 4**).

Анализ социально-демографической структуры свидетельствует, что мужчины чаще женщин оценивают регион как привлекательный для профессиональной самореализации, доля негативных оценок («в целом нет») у мужчин и женщин в целом идентична. Наиболее высокие доли положительных ответов («в целом да») фиксируются в младших возрастных группах, также значимые позитивные оценки привлекательности региона характерны для учащихся колледжей, техникумов, училищ и школьников.



Важно отметить, что в группе 25-29-летних доля положительных оценок резко снижается до 42,8%, а доля отрицательных достигает максимума (44,1%). Кроме того, доля негативных оценок максимальна в группах представителей бизнеса, студентов вузов, а также не учащихся и не работающих респондентов (**Прил., табл. 9**).

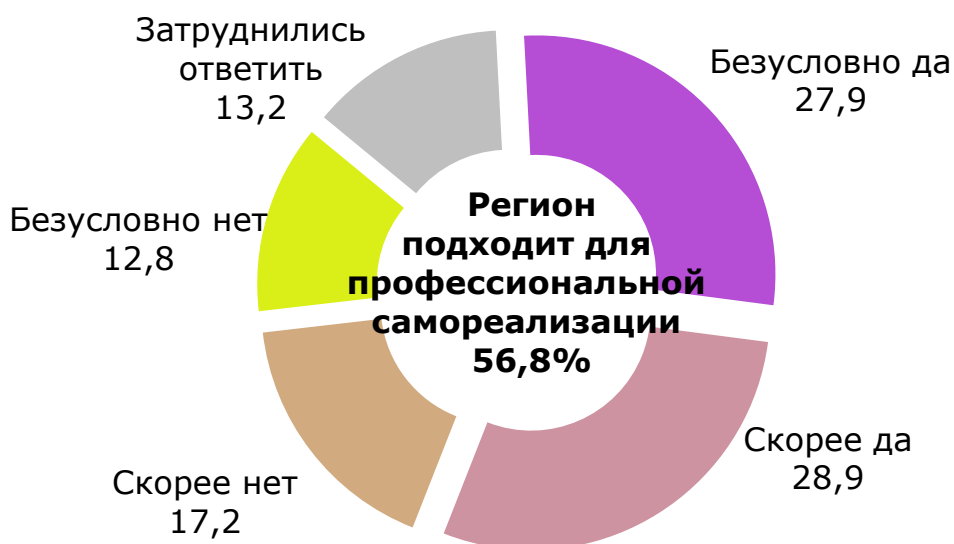


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы полагаете, Смоленская область – это привлекательный регион с точки зрения профессиональной самореализации молодежи, возможностей построения карьеры по Вашей специальности / будущей специальности или нет?», % от числа опрошенных

Таким образом, восприятие Смоленской области как региона, привлекательного для профессиональной самореализации молодежи, существенно дифференцировано в зависимости от возраста и рода занятий. Наиболее позитивно настроены учащиеся колледжей и младшие возрастные группы (14–24 года). Критический рубеж наступает в 25-29 лет, когда доля негативных оценок превышает позитивные. Наиболее пессимистичны предприниматели и не работающие / не учащиеся, а также студенты вузов. Это указывает на наличие системных проблем с трудоустройством и карьерными перспективами для выпускников высшей школы и для бизнес-сообщества, а также на снижение оптимизма по мере вхождения в активную трудовую деятельность.



2.2. Проблемное поле Смоленской области

В рамках социологического мониторинга респондентам было предложено выделить наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкивается молодежь на текущий момент. Ранжирование проблемного поля представлено на **рис. 5**. В ТОП-3 молодежных проблем входят: недоступность жилья (52,3%), высокие цены на товары и услуги (32,3%) и проблемы с интернетом и связью (31,1%). Далее следуют состояние дорог, качество медицинского обслуживания, безработица, состояние жилищно-коммунальной сферы, качество образования. Данные проблемы отметили порядка 21-27% опрошенных. Актуальность прочих проблем в общественном мнении менее 15-20%.

Женщины чаще указывают на недоступность жилья, состояние дорог, качество медицинского обслуживания, качество образования (подробнее см. **Прил., табл. 3**). Мужчины чаще обращают внимание на состояние жилищно-коммунальной сферы и безработицу.

В группе 14-17 лет наиболее актуальными проблемами признаются распространение алкоголизма, качество образования, наркомания, проблемы с интернетом и связью и высокие цены на товары и услуги. В группе 18-24 года наиболее значимы недоступность жилья, высокие цены на товары и услуги, проблемы с интернетом и связью, состояние дорог. В группе 25-29 лет резко возрастает значимость недоступности жилья и безработицы. Также отмечаются проблемы качества медобслуживания и плохое состояние жилищно-коммунальной сферы. В группе 30-35 лет высока доля отметивших недоступность жилья и качество медобслуживания, плохое состояние дорог и ЖКХ.

Среди учащихся школ и колледжей наиболее актуальны качество образования, распространение алкоголизма и наркомании, проблемы с интернетом и высокие цены. Студенты вузов демонстрируют высокую озабоченность недоступностью жилья, высокими ценами, проблемами с интернетом и безработицей. Среди работающих респондентов доминирует проблема недоступности жилья, далее следуют качество медобслуживания, высокие цены, плохое состояние дорог и ЖКХ, а также безработица. Предприниматели выделяется высокими показателями по проблеме качества образования, недоступности



жилья, качества медобслуживания, состояния дорог и недостатка возможностей для досуга. В группе не учащихся и не работающих респондентов наиболее острыми признаны: качество медобслуживания, безработица и состояние ЖКХ.

Таким образом, наиболее актуальной проблемой для молодежи Смоленской области во всех группах, за исключением школьников, является недоступность жилья (максимальные значения – у работающих и лиц 25–35 лет).

Высокие цены на товары и услуги и проблемы с интернетом и связью также входят в тройку лидирующих проблем по выборке в целом. Качество медицинского обслуживания и безработица особенно остро воспринимаются группами 25–35 лет, работающими и не работающими / не учащимися. Школьники и студенты колледжей чаще выделяют проблемы алкоголизма, наркомании, качества образования и интернета. Предприниматели ставят на первое место качество образования.

Наименее значимой по всем группам признана высокая преступность (не более 4,5% в любой категории).



Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодежи Смоленской области?», % от числа опрошенных (сумма ответов превышает 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)



III. МИГРАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ

3.1. Планы на переезд у молодежи Смоленской области

Более чем у половины молодежи отсутствуют миграционные установки в ближайшей перспективе. На **рис. 6** приведено распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас?» По совокупной выборке распределение выглядит следующим образом: в целом не планируют переезжать из родного города / села 57,6% (по совокупности вариантов ответа «нет, не планирую» и «скорее нет, чем да»), а в целом планируют 35,8% респондентов (по совокупности вариантов ответа «да, планирую» и «скорее да, чем нет»).

Миграционные установки выше среди женщин (по сравнению с мужчинами). Наиболее выраженные планы на отъезд из региона фиксируются в самой младшей возрастной группе (14-17 лет): почти 63% респондентов определенно планируют переезд либо скорее допускают его. Доля не планирующих переезд в этой группе минимальна – 32,6%. Самые низкие миграционные устремления наблюдаются в возрастной группе 30-35 лет (75,1% респондентов из этой группы в целом не планируют переезд). По мере увеличения возраста доля планирующих переезд снижается, а доля отвергающих, напротив, возрастает (**Прил., табл. 5**).

Наиболее высокая доля в целом планирующих переезд зафиксирована среди учащихся школ (почти 75%), среди которых 52,6% определенно настроены переехать. Установки на отказ от переезда чаще всего преобладают среди бизнесменов, а также нигде не учащихся и не работающих граждан (свыше 80% в целом не хотели бы переезжать). Наивысший уровень неопределенности (затруднившиеся с ответом) наблюдается в группах «не учусь и не работаю» и учащихся колледжей.

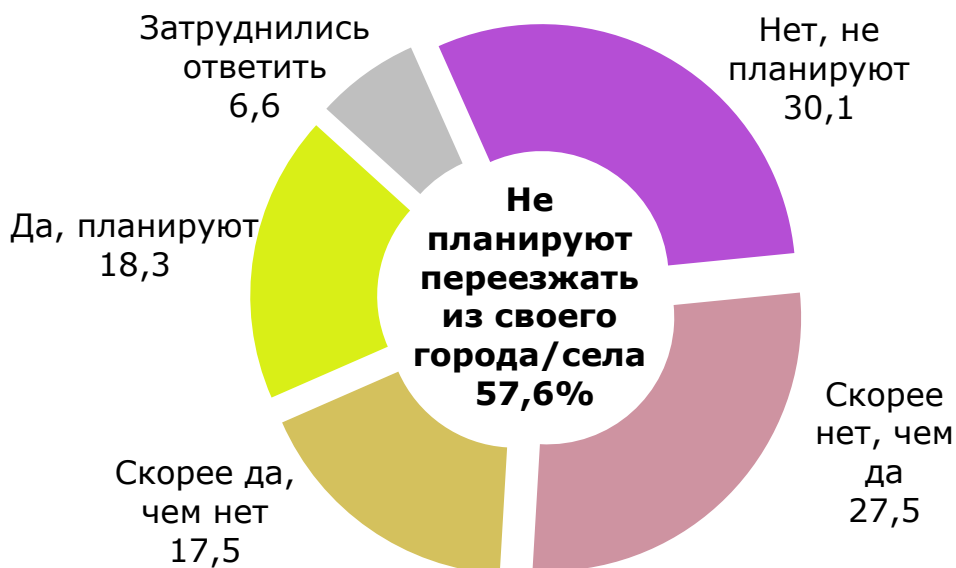


Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас?», % от числа опрошенных

Среди предпочтительных направлений миграции лидирующие позиции занимают российские столицы – Москва (25,0%) и Санкт-Петербург (20,2%). Те или иные населенные пункты Смоленской области в качестве мест для переезда выбирают 16,7% респондентов (здесь, как правило речь идет о Смоленске, т.к. этот вариант ответа выбирали опрошенные из других муниципальных образований региона), в другой регион России хотели бы уехать 8,0% представителей молодежи.

Среди женщин доля выбирающих Москву несколько выше, чем среди мужчин, тогда как доля предпочитающих Санкт-Петербург выше у мужчин. Женщины чаще мужчин указывают как другие населенные пункты Смоленской области, так и другие регионы России. Доля желающих переехать в другой населенный пункт Смоленской области максимальна среди респондентов 14-17 лет и снижается с увеличением возраста респондентов. Намерение переехать в другой регион России наиболее выражено в группе 25-29 лет и 18–24 года (**Прил., табл. 6**).

Среди учащихся школ наибольшая доля респондентов намерена переехать в другой населенный пункт Смоленской области. Среди учащихся колледжей, техникумов, училищ наиболее популярны Москва и Санкт-Петербург. Студенты вузов выделяются максимальной долей желающих переехать в Москву,



а также нулевыми показателями по направлениям «другой населенный пункт Смоленской области». Среди работающих респондентов наиболее частые направления миграции – Москва, Санкт-Петербург и другой населенный пункт Смоленской области.

Таким образом, направление потенциальной миграции существенно варьируется в зависимости от пола, возраста и рода занятий респондентов. Наибольшая доля неопределившихся наблюдается среди безработной молодежи (группа 25-29 лет) и среди неработающих и неучащихся. Предприниматели единогласно ориентированы на переезд в другой регион России (не в Москву и Санкт-Петербург), а студенты вузов – преимущественно в Москву. Внутриобластная миграция (в другой населенный пункт Смоленской области) наиболее привлекательна для школьников и подростков 14-17 лет.



Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если планируете уехать, то куда?», % от числа опрошенных (*сумма ответов превышает 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)



3.2. Причины смены места жительства, либо его сохранения

Наиболее значимыми факторами миграции молодежи являются стремление к более высокому доходу и благополучию (почти 60% в целом по выборке) и получению хорошего образования / профессии (чуть менее 50%). Третьей по значимости выступает желание получить желаемую работу и сделать карьеру (выбирает каждый третий респондент). Таким образом, экономические и образовательно-карьерные мотивы формируют ядро миграционных установок. Такие причины, как улучшение экологической обстановки, чувство безопасности и более качественное проведение времени, играют подчиненную роль во всех группах. Это указывает на доминирование инструментальных (доход, работа, образование) над средовыми и рекреационными факторами в структуре миграционных предпочтений (**рис. 8**).

Женщины несколько чаще мужчин указывают на получение хорошего образования, качественные медицинские услуги. Мужчины чаще женщин отмечают желание покинуть родительский дом и легкость обзавестись жильем в другом городе (14,1% против 12,8%) (**Прил., табл. 7**).

В группе 14-17 лет доминирует мотив получения образования. Мотивы дохода и благополучия, а также получения желаемой работы в этой группе выражены слабее. Доля отметивших вариант ответа «получить работу, сделать карьеру» показывает максимальные значения у возрастной категории 25-29 лет. Мотив «иметь более высокий доход» последовательно растет с возрастом: от 34,8% опрошенных в возрастной категории 18-24 лет до 72,0% в группе 30-35 лет. Потребность в качественных медицинских услугах резко увеличивается в группах 25-29 лет и 30-35 лет по сравнению с младшими возрастами. Желание покинуть родительский дом максимально в группе 18-24 года (20,4%) и снижается к 30-35 годам (12,5%).

Среди учащихся школ наиболее значимый мотив – получение образования, далее следуют доход и желаемая работа. Среди учащихся колледжей, техникумов, училищ также лидирует образование, затем доход и работа. Студенты вузов на первое место ставят более высокий доход, далее получение желаемой работы и образование. Среди работающих респондентов



доминирует мотив дохода, образование, затем работа и карьера. Предприниматели наиболее часто указывают доход, медицинские услуги, желаемую работу и образование. Группа нигде неучащихся и неработающих граждан ставит на первое место получение желаемой работы, что может свидетельствовать о высоком уровне незанятости и фрустрированных карьерных ожиданиях.

Таким образом, ключевыми драйверами миграции молодежи из Смоленской области выступают экономические стимулы (доход, работа) и доступность качественного образования. По мере взросления респондентов акцент смещается с образования на доходы и карьеру. Факторы качества жизни (экология, безопасность, досуг, медицина) в целом уступают по значимости базовым экономическим и профессиональным мотивам, за исключением групп 25–35 лет, где медицинские услуги начинают играть заметную роль.



Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, по каким причинам молодежь переезжает в другие населенные пункты и регионы?», % от числа опрошенных (*сумма ответов превышает 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)



На **рис. 9** приведено распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие причины влияют на то, что молодежь остается в родном городе / селе?». В ТОП-3 причин для того, чтобы остаться в своем населенном пункте, вошли следующие: эмоционально-семейная привязанность («здесь Родина, здесь живут родные и близкие») (46,3%), материальные ограничения («материально тяжело уехать со старого места») (38,0%) и психологический барьер («боязнь перемен») (32,5%). Еще около 20-23% респондентов опасаются не найти работу на новом месте, достаточно хорошо обустроены на своей Родине, чтобы что-то менять, а также нравится жить в своем населенном пункте.

Женщины несколько чаще мужчин указывают на привязанность к Родине и близким, а также опасение не найти работу на новом месте. Мужчины чаще женщин отмечают обустроенность на родине. В группе 14-17 лет доминирует фактор «Родина, родные и близкие», материальная тяжесть и боязнь перемен. По мере увеличения возраста доля патриотического мотива снижается. Наряду с этим, доля опрошенных, отмечающих материальную тяжесть переезда, напротив, возрастает. Боязнь перемен растет с 25,0% (14-17 лет) до 40,9% (30-35 лет) – максимальное значение. Это может свидетельствовать о том, что младшие подростки удерживаются преимущественно привязанностью к семье, а старшие возрастные группы – объективными экономическими и психологическими барьерами (**Прил., табл. 8**).

Среди учащихся школ, а также колледжей, техникумов, училищ в ТОП-3 причин вошли: любовь к Родине, родным и близким, затем материальная тяжесть переезда и боязнь перемен.

Таким образом, ключевыми причинами, удерживающими молодежь Смоленской области от переезда, выступают привязанность к семье и малой родине, материальные трудности, связанные с переездом, а также страх перед новым и опасение безработицы.

Позитивные факторы (достойная оплата, удовлетворенность жизнью в своем населенном пункте, экология) выражены слабо. С возрастом и переходом в категорию работающих и предпринимателей акцент смещается с семейной привязанности на экономические и психологические барьеры. Студенты вузов –



группа, наиболее остро ощущающая как материальные ограничения, так и риск безработицы при потенциальном переезде.



Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие причины влияют на то, что молодежь остается в родном городе / селе?», % от числа опрошенных (*сумма ответов превышает 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)



IV. МОЛОДЕЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕРОПРИЯТИЯ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

4.1. Молодежные организации Смоленской области

В рамках социологического мониторинга представителям молодежи Смоленской области было предложено оценить 17 молодежных, общественных организаций и объединений с точки зрения информированности о них и участия в их деятельности.

По результатам исследования в тройку наиболее узнаваемых организаций входят: Региональное отделение «Движение Первых» (о нем что-либо слышали почти 80% респондентов), «Волонтеры Победы» (уровень известности составляет порядка 66%) и Молодежный центр «Пушкинский» (почти 65%). Также достаточно узнаваемыми (в диапазоне 54-62%) являются такие организации как «Российский Красный Крест», «Волонтеры-медики», «Региональный ресурсный центр» (**рис. 10**). Уровень известности определялся по сумме позиций «Принимали участие» и «Слышали, но не участвовали».

Женщины несколько чаще мужчин упоминают «Волонтеров Победы», Центр патриотического воспитания «Долг», «Движение Первых», «Экосистему», Региональный ресурсный центр по поддержке добровольчества, Смоленский региональный студенческий совет, движение «Волонтеры-медики». Мужчины чаще женщин указывают «Российские студенческие отряды», «Поисковое объединение «ДОЛГ», «Волонтерскую Роту Боевого Братства». В целом гендерные различия не превышают 6–8 процентных пунктов.

В группе 14-17 лет наиболее высокие показатели осведомленности отмечены для «Движения Первых», «Волонтеров Победы». В группе 18-24 года выделяются «Движение Первых», «Российский Красный Крест» и «Молодежный центр «Пушкинский». В группе 25-29 лет относительно высока осведомленность о «Движении Первых». Группа 30-35 лет наиболее часто узнает «Движение Первых», «Молодежном центре «Пушкинский» (**Прил., табл. 10**).



Рис. 10. Распределение ответов респондентов на вопрос: «О каких организациях Смоленской области, занимающихся работой с молодежью, Вы слышали? В работе каких из них принимали участие?», % от числа опрошенных

В целом по выборке более половины респондентов (62–79%) знают «Движение Первых», «Волонтеры Победы», «Молодёжный центр «Пушкинский» и «Российский Красный Крест». Остальные организации известны меньшей доле опрошенных (от 31% до 58%). Это указывает на дифференциацию узнаваемости: наиболее известны организации с федеральным брендом и патриотической / волонтерской направленностью.



4.2. Мероприятия для молодежи в Смоленской области

2/3 респондентов полагают, что на территории региона организуется в целом достаточное количество мероприятий для молодежи (из них полной достаточности говорит 34,0%, а о частичной 31,3%). Противоположного мнения придерживаются лишь 25,8% опрошенных, 8,9% – затруднились ответить. Таким образом, в общественном мнении преобладает позитивная оценка, однако доля недовольных также относительно выражена (**рис. 11**).

Доли респондентов, считающих количество молодежных мероприятий достаточным, практически идентичны среди мужчин и женщин, поэтому гендерные различия в данном вопросе минимальны (**Прил., табл. 11**).

Наиболее высокие доли положительных оценок (считают, что молодежных мероприятий в целом достаточно) зафиксированы в возрастных группах 18-24 года, 14-17 лет и 30-35 лет. Доля отрицательных оценок увеличивается с возрастом опрошенных: от 22,0% в группе 14-17 лет до 30,4% в группе 30-35 лет. Это может указывать на то, что более взрослые респонденты (вероятно, выступающие как эксперты или наблюдатели, а не как непосредственные участники) более критичны к количеству мероприятий.

Наиболее высокий уровень положительных оценок наблюдается среди учащихся колледжей, техникумов, училищ. Несколько ниже доля «достаточно удовлетворенных» среди работающих и школьников. Наименьшие доли положительных оценок фиксируются среди студентов вузов, группы «не учусь и не работаю», а также предпринимателей.

Студенты высшей школы выделяются как группа с наиболее высоким уровнем недовольства и низкой неопределенностью, что может требовать дополнительного анализа их потребностей в мероприятиях.

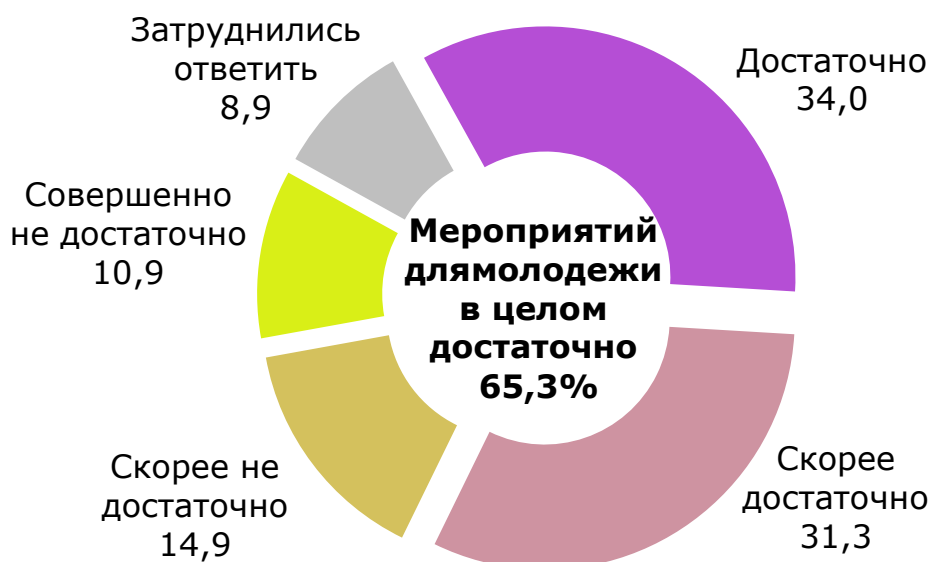


Рис. 11. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На Ваш взгляд, достаточно или недостаточно в Смоленской области организуется мероприятий для молодежи?», % от числа опрошенных

На **рис. 12** приведено распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы в целом удовлетворены или не удовлетворены качеством проводимых молодежных мероприятий в регионе?». Почти 70% опрошенных в целом удовлетворены качеством мероприятий в регионе. Менее 20% опрошенных поставили в целом негативную оценку. Оценки среди опрошенных женщин и мужчин незначительно различаются. Наиболее высокий уровень удовлетворенности наблюдается в возрастной группе 30-35 лет, а наименьшая доля удовлетворенных – в группе 25-29 лет. Наиболее высокий уровень удовлетворенности качеством мероприятий зафиксирован среди учащихся школ, работающих респондентов, учащихся колледжей и студентов вузов. Наиболее низкие показатели удовлетворенности – у представителей молодого бизнес-сообщества и социальной группы неучащихся и неработающих (**Прил., табл. 12**).

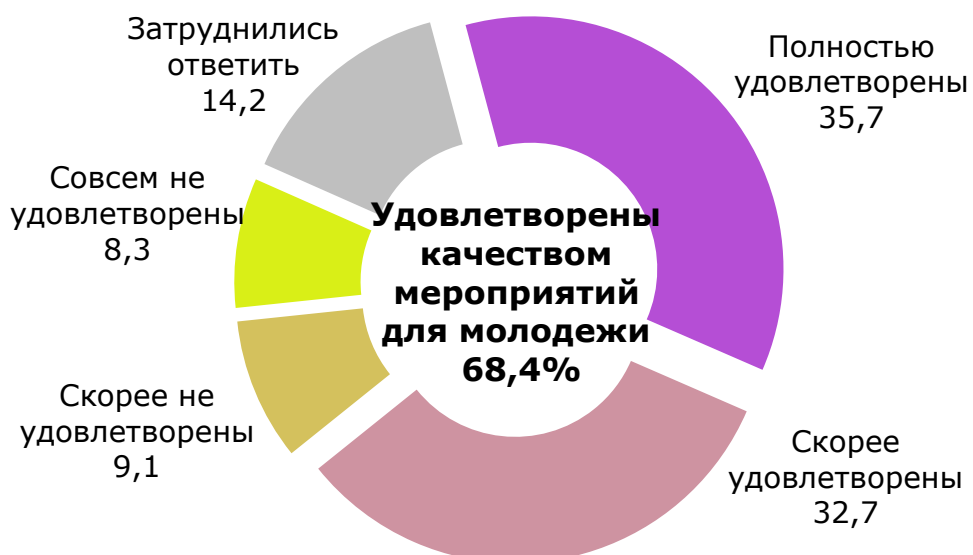


Рис. 12. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы в целом удовлетворены или не удовлетворены качеством проводимых молодежных мероприятий в регионе?», % от числа опрошенных

На **рис. 13** представлено распределение ответов респондентов на вопрос: «О каких молодежных мероприятиях, проведенных в Смоленской области в прошлом, 2025 году, Вы слышали?».

Ключевым для анализа является сумма ответов «слышали, но не участвовали» и «принимали участие». Именно сумма этих ответов позволяет оценить реальную осведомленность о конкретном мероприятии среди участников исследования. Наиболее узнаваемыми мероприятиями являются: День молодежи (83,2%), Региональный фестиваль «Студенческая весна» (66,1%) и Серия игр официальной лиги «КВН по-Смоленски» (62,1%). Также, важно отметить, что в этих трех мероприятиях, респонденты принимали активное участие, особенно в «Дне молодежи» (более 30% опрошенных приняли в нем участие). Таким образом, традиционные массовые и конкурсно-развлекательные форматы обладают наибольшей узнаваемостью. Наименее узнаваемыми стали: Цикл мероприятий «Декрет.Перезагрузка» (35,9%) и Слет рабочей молодежи «ЛаФа» (34,3%). Возможно следует усилить информационное сопровождение этих мероприятий, особенно среди целевых групп (работающая молодежь, молодые родители).



В **Прил., табл. 13** представлена информированность смоленской молодежи о различных проектах по социально-демографическим группам опрошенных. Женщины демонстрируют более высокую осведомленность по всем мероприятиям, за исключением слета «ЛаФа». Интересно, что о мероприятии, более ориентированном на женскую аудиторию, «Декрет.Перезагрузка», слышали примерно равное количество женщин и мужчин. Это может указывать на более активное потребление информации о молодежных событиях женской аудиторией. Среди возрастной группы 14-17 лет наиболее высокие показатели по узнаваемости у мероприятий: «День молодежи», КВН, "Студенческая Весна" и «ПРОПЕРВУЮПОМОЩЬ». Участники опроса 18-24 года чаще всего слышали о Дне молодежи, «Студенческой весне» и КВН. Среди участников 25-29 лет самая высокая узнаваемость «Дня Молодежи» (91%) Участники опроса 30-35 лет также слышали о трех самых популярных мероприятиях в первую очередь.

По роду занятий участники показали следующую осведомленность:

- Учащиеся школ чаще слышали о Дне молодежи, КВН, «Студенческой Весне», «ПРОПЕРВУЮПОМОЩЬ»;
- Среди учащихся колледжей, училищ наиболее высокие показатели известности фиксируются по Дню молодежи, «Студенческой весне», КВН;
- Студенты вузов лидируют по знанию «Дня Молодежи» и «Студенческой весны».
- Осведомленность работающих респондентов близка к средним значениям по КВН, «Студенческой весне и Дню молодежи;
- Предприниматели резко выделяются знанием фестиваля «Студенческая весна» и «Дня Молодежи» (По обоим мероприятиям показатель узнаваемости максимальный для выборки – 94,7%). По остальным мероприятиям показатели близки к средним или ниже.
- Группа «не учусь и не работаю» осведомленность о мероприятиях варьируется, при этом крайне низкое знание отмечается «ПРОПЕРВУЮПОМОЩЬ».



■ Принимали участие ■ Слышали, но не участвовали ■ Ничего не слышали

Рис. 13. Распределение ответов респондентов на вопрос: «О каких молодежных мероприятиях, проведенных в Смоленской области в прошлом, 2025 году, Вы слышали? В каких из них Вы принимали участие?», % от числа опрошенных



V. ОЦЕНКА МОЛОДЕЖЬЮ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РАБОТЫ ОРГАНОВ ВЛАСТИ В ОБЛАСТИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

На **рис. 14** приведено распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените по шкале от 1 до 10 эффективность молодежной политики в Смоленской области в целом (где 1 – совсем не эффективна, 10 – максимально эффективна)». По совокупной выборке средний оценочный балл составил **6,49** из 10 возможных, что вербально можно интерпретировать как «хорошо» (если пользоваться терминологией 5-балльной школьной оценки). Это указывает на умеренно позитивное восприятие эффективности молодежной политики в регионе, но с резервами для улучшения (около 3,5 баллов до максимума). Самые высокие баллы (9-10 баллов из 10) поставили 22,3% опрошенных, высокие оценки (7-8 баллов из 10) поставили 34,8%, средние оценки (5-6 баллов из 10) поставили 23,4%, низкие оценки (1-4 балла из 10) поставили 19,5% респондентов.

С целью более глубокого анализа мы сравнили средние баллы в различных социально-демографических группах опрошенных (**Прил., табл. 14**). Средняя оценка женщин несколько выше, чем у мужчин. Наблюдается возрастание средней оценки с увеличением возраста: наиболее низкие оценки характерны для младших возрастных групп (14-24 года), наиболее высокие – для старшей. Это может свидетельствовать о том, что с возрастом (и, вероятно, с переходом в категорию работающих) формируется более позитивное восприятие эффективности молодежной политики. Альтернативное объяснение: младшие возрастные группы либо менее информированы о результатах политики, либо имеют более высокие ожидания. Средние баллы в различных профессиональных группах незначительно отличаются.

Низкая оценка предпринимателей согласуется с их высокой долей неудовлетворенности социально-экономической ситуацией в регионе, негативной оценкой привлекательности региона для профессиональной самореализации, неудовлетворенностью количеством и качеством мероприятий. Это свидетельствует о системной критической позиции предпринимательского сообщества по отношению к региональной политике в целом.

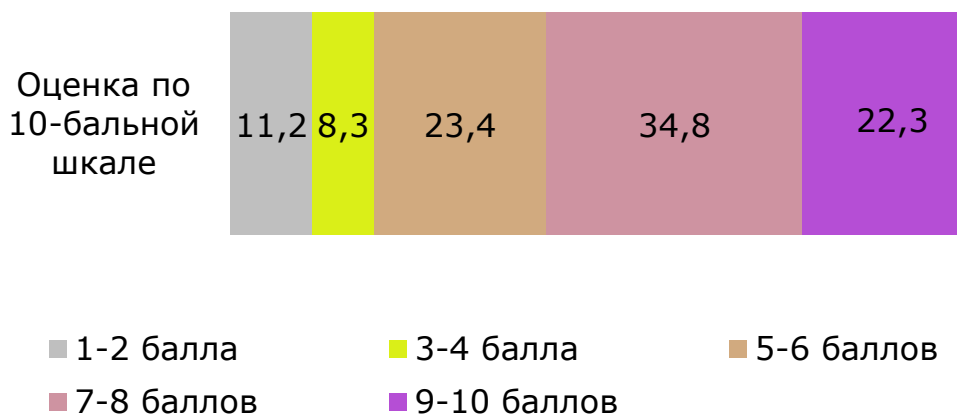


Рис. 14. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените по шкале от 1 до 10 эффективность молодежной политики в Смоленской области в целом?», % от числа опрошенных

Почти 30% респондентов полагают, что органы власти слышат молодежь и стараются реагировать на все запросы. Еще около 1/3 опрошенных считают, что реакция властей носит выборочный характер. Таким образом, суммарно 61,2% опрошенных признают наличие хотя бы какой-то обратной связи (в противовес формальной или нулевой). В то же время каждый пятый (20,8%) дает явно негативные оценки («делают вид» или «вообще не интересуются»), а 18,0% затруднились ответить. Мужчины несколько чаще женщин считают, что органы власти слышат молодежь и реагируют на все запросы. Женщины чаще выбирают вариант «слышат, но реагируют выборочно». Среди 14-17-летних подростков и молодежи 18-24 года отмечается наиболее высокая доля положительных оценок, равно как и наиболее высокая доля затруднившихся. Группа 25-29 лет выделяется наиболее высоким уровнем скептицизма. Это может свидетельствовать о том, что пик критического восприятия коммуникации с властью приходится на эту возрастную когорту (**Прил., табл. 15**).

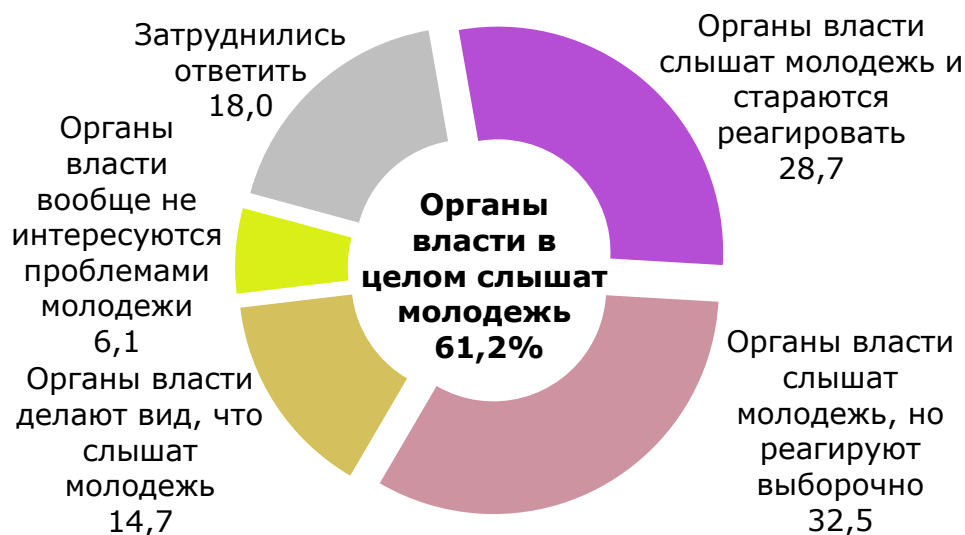


Рис. 15. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените, пожалуйста, насколько эффективно налажена связь между органами власти, ответственными за молодежную политику в регионе, и самой молодежью?», % от числа опрошенных

Наиболее позитивно в этом отношении настроены учащиеся школ и колледжей, однако их суждения отличаются высокой долей неопределенности. Наиболее критичны предприниматели и возрастная группа 25-29 лет. Группа «не учусь и не работаю» практически исключена из воспринимаемой коммуникации (высокая доля затруднившихся). Студенты вузов дают наиболее сбалансированные и определенные оценки, акцентируя выборочный характер реагирования.

Таким образом, респонденты в целом высоко оценивают эффективность молодежной политики в регионе, а также отмечают наличие выстроенной конструктивной коммуникации между властью и молодежью региона.



VI. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам проведения социологического мониторинга сферы молодежной политики Смоленской области можно сделать следующие **основные выводы**:

1. Социальное самочувствие молодежи Смоленской области имеет явно выраженный позитивный вектор оценки. Почти 60% представителей молодежи в целом удовлетворены социально-экономической ситуацией в Смоленской области, а также считают, что жизнь в регионе за последние 2-3 года улучшилась. Оптимистические оценки чаще высказывают представители учащейся молодежи (школьники и студенты) 14-24 лет, тогда как с увеличением возраста доля негативных суждений возрастает. Максимальный уровень недовольства текущим положением дел демонстрирует молодежь 25-30 лет; особенно высок процент критичных оценок среди молодежи, имеющей собственный бизнес (среди предпринимателей и самозанятых доля недовольных превышает долю довольных почти в 2 раза).

2. В общественном мнении преобладают положительные оценки территориальной локации, но с определенной долей скептицизма. Несмотря на то, что почти 80% респондентов в целом довольны местом своего проживания, лишь чуть более половины опрошенных считают регион привлекательным с точки зрения профессиональной самореализации. Наиболее позитивно в этом отношении настроена учащаяся молодежь. Критический рубеж оценки наступает в 25-29 лет, когда доля негативных оценок превышает позитивные. Наиболее пессимистичны предприниматели и студенты вузов. Это может указывать на наличие системных проблем с трудоустройством и карьерными перспективами для выпускников высшей школы и для бизнес-сообщества, а также на снижение оптимизма по мере вхождения в активную трудовую деятельность.



3. Результаты социологического мониторинга свидетельствуют, что наиболее актуальной проблемой для молодежи Смоленской области всех возрастов (за исключением школьников 14-17 лет), является недоступность жилья. Она волнует более 52% всех респондентов. В тройку лидирующих проблем входят также высокие цены на товары и услуги и проблемы с интернетом и связью (беспокоят каждого третьего опрошенного).

4. У 57% молодежи Смоленской области отсутствуют миграционные установки на ближайшую перспективу. Сменить место жительства (в том числе, уехав из региона) в будущем планируют около 35% респондентов. Миграционные установки выше среди женщин (по сравнению с мужчинами). Наиболее выраженные планы на отъезд из региона фиксируются в самой младшей возрастной группе 14-17 лет. По мере увеличения возраста, доля планирующих переезд снижается, а доля отвергающих, напротив, возрастает. В числе основных направлений для миграции декларируются, в первую очередь, Москва и Санкт-Петербург.

5. Ядро миграционных установок формируют экономические и образовательно-карьерные мотивы. В частности, наиболее значимыми факторами миграции среди молодежи являются стремление к более высокому доходу и благополучию и получению хорошего образования / профессии. Третьей по значимости выступает желание получить желаемую работу и сделать карьеру.

6. Ключевыми причинами, удерживающими молодежь Смоленской области от переезда, выступают привязанность к семье и малой родине, материальные трудности, связанные с переездом, а также страх перед новым и опасение безработицы. Позитивные факторы (достойная оплата, удовлетворенность жизнью в своем населенном пункте, экология) выражены слабо. С увеличением возраста и переходом молодежи в категорию работающих или предпринимателей социальный акцент смещается с семейной привязанности на экономические и психологические барьеры. Студенты вузов – группа, наиболее остро ощущающая как материальные ограничения, так и риск безработицы при потенциальном переезде.



7. Наиболее узнаваемыми молодежными организациями среди респондентов являются Региональное отделение «Движение Первых», «Волонтеры Победы», «Молодежный центр «Пушкинский» и «Российский Красный Крест» (о них слышали от 60% до 80% опрошенных). Более 65% опрошенных считают, что в Смоленской области организуется достаточно мероприятий для молодежи и почти 70% в целом довольны их качеством и содержательным наполнением. Среди наиболее узнаваемых молодежных мероприятий участники исследования выделяют «День молодежи», Региональный фестиваль «Студенческая весна» и Серию игр официальной лиги «КВН по-Смоленски». Эти же мероприятия лидируют по участию в них респондентов, особенно «День молодежи», в котором приняли участие около 1/3 смоленской молодежи.

8. Участники социологического мониторинга в целом позитивно характеризуют эффективность молодежной политики в Смоленской области. Более 57% респондентов оценили работу с молодежью в регионе от 7 до 10 баллов. Средняя оценка по массиву составила 6,49 баллов из 10 возможных. Почти 2/3 опрошенных говорят о наличии конструктивной коммуникации между властями региона и молодым поколением: по мнению респондентов власти слышат молодежь и стараются реагировать на ее запросы и чаяния.



VII. ПРИЛОЖЕНИЯ

7.1. Социологическая анкета

1. В каком городе (районе) Смоленской области Вы постоянно (преимущественно) проживаете? _____

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1) ГО город Смоленск | 15)Новодугинский МО |
| 2) ГО город Десногорск | 16)Починковский МО |
| 3) Велижский МО | 17)Рославльский МО |
| 4) Вяземский МО | 18)Руднянский МО |
| 5) Гагаринский МО | 19)Сафоновский МО |
| 6) Глинковский МО | 20)Смоленский МО |
| 7) Демидовский МО | 21)Сычевский МО |
| 8) Дорогобужский МО | 22)Темкинский МО |
| 9) Духовщинский МО | 23)Угранский МО |
| 10)Ельнинский МО | 24)Хиславичский МО |
| 11)Ершичский МО | 25)Холм-Жирковский МО |
| 12)Кардымовский МО | 26)Шумячский МО |
| 13)Краснинский МО | 27)Ярцевский МО |
| 14)Монастырщинский МО | |

2. Ваш пол

- 1) Мужской
- 2) Женский

3. Сколько Вам полных лет? (указать возрастной интервал)

- 1) 14-17 лет
- 2) 18-24 лет
- 3) 25-29 лет
- 4) 30-35 лет

4. Укажите Ваш основной вид деятельности в настоящее время?
(несколько ответов)

- 1) Учусь в школе
- 2) Учусь в колледже, техникуме, училище
- 3) Учусь в вузе
- 4) Работаю
- 5) Занимаюсь бизнесом
- 6) Не учусь и не работаю
- 7) Другое

5. Удовлетворены ли Вы в целом социально-экономической ситуацией в Смоленской области? (один ответ)

- 1) Да, полностью удовлетворен
- 2) Скорее удовлетворен
- 3) Скорее не удовлетворен
- 4) Нет, совсем не удовлетворен
- 5) Затрудняюсь ответить



6. Как Вам кажется, жизнь в Смоленской области за последние 2-3 года улучшилась, ухудшилась или практически не изменилась? (один ответ)

- 1) Стала лучше
- 2) Стала хуже
- 3) Практически не изменилась
- 4) Затрудняюсь ответить

7. Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодежи Смоленской области? (не более 5 ответов)

- 1) Качество образования
- 2) Недоступность жилья
- 3) Состояние дорог
- 4) Распространение алкоголизма
- 5) Состояние жилищно-коммунальной сферы
- 6) Наркомания
- 7) Безработица, невозможность найти хорошую работу
- 8) Качество медицинского обслуживания
- 9) Высокая преступность
- 10) Низкий уровень жизни
- 11) Высокие цены на товары и услуги
- 12) Состояние окружающей среды
- 13) Нехватка зеленых зон, мест для отдыха
- 14) Недостаток возможностей для проведения досуга
- 15) Проблемы с интернетом и связью
- 16) Другое (напишите) _____
- 17) Затрудняюсь ответить

8. Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете? (один ответ)

- 1) Я рад, что живу здесь
- 2) В целом, я доволен
- 3) В целом, я не доволен
- 4) Мне категорически не нравится здесь жить
- 5) Затрудняюсь ответить

9. Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас? (один ответ)

- 1) Нет, не планирую → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11
- 2) Скорее нет, чем да → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11
- 3) Скорее да, чем нет
- 4) Да, планирую
- 5) Затрудняюсь ответить



10. Если планируете уехать, то куда? (несколько ответов)

- 1) В Москву
- 2) В Санкт-Петербург
- 3) В другой населенный пункт Смоленской области
- 4) В другой регион России (укажите, куда) _____
- 5) Другое (укажите) _____
- 6) Затрудняюсь ответить / еще не решил

11. Как Вы считаете, по каким причинам молодежь переезжает в другие населенные пункты и регионы? (не более 3 ответов)

- 1) Чтобы получить хорошее образование, профессию
- 2) Чтобы легче / быстрее обзавестись собственным жильем
- 3) Чтобы покинуть родительский дом, жить отдельно
- 4) Чтобы иметь более высокий доход и материальное благополучие
- 5) Чтобы более качественно проводить свое свободное время, отдыхать
- 6) Чтобы получать более качественные медицинские услуги
- 7) Чтобы получить желаемую работу, сделать карьеру
- 8) Чтобы жить в более благоприятной экологической обстановке
- 9) Чтобы чувствовать себя в безопасности, не беспокоиться за сохранность жизни, здоровья, имущества
- 10) Другое (укажите) _____
- 11) Затрудняюсь ответить

12. Какие причины влияют на то, что молодежь остается в родном городе / селе? (не более 3 ответов)

- 1) Здесь Родина, здесь живут родные и близкие
- 2) Материально тяжело «подняться» со старого места и уехать
- 3) Опасения невозможности найти работу на новом месте и обустроиться
- 4) Боязнь перемен
- 5) Обустроенность на своей Родине (решенный жилищный вопрос, социальные связи и т.п.)
- 6) Имеют достойную оплату своей работы или своего дела
- 7) Нравится жить в своем населенном пункте
- 8) Благоприятная экологическая обстановка
- 9) Другое (укажите) _____
- 10) Затрудняюсь ответить

13. Как Вы полагаете, Смоленская область – это привлекательный регион с точки зрения профессиональной самореализации молодежи, возможностей построения карьеры по Вашей специальности / будущей специальности или нет? (один ответ)

- 1) Безусловно да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет
- 4) Безусловно нет
- 5) Затрудняюсь ответить



14. О каких организациях Смоленской области, занимающихся работой с молодежью, Вы слышали? В работе каких из них принимали участие? (один ответ по каждой строке)

	Ничего не слышал	Слышал, но не участвовал	Принимал участие
1) Всероссийское общественное движение « Экосистема »	1	2	3
2) СРО Всероссийского добровольческого МОД « Волонтерская Рота Боевого Братства »	1	2	3
3) СРО МООО « Российские студенческие отряды »	1	2	3
4) Всероссийское общественное движение « Волонтеры-медики » Смоленской области	1	2	3
5) СРО Общероссийская общественная организация « Российский Красный Крест »	1	2	3
6) СРО Всероссийского общественного движения « Волонтеры Победы »	1	2	3
7) Смоленский региональный студенческий совет	1	2	3
8) Региональная команда Всероссийского студенческого проекта « Твой Ход »	1	2	3
9) Смоленское ОГБУ « Молодежный центр «Пушкинский» »	1	2	3
10) Смоленская областная общественная организация « Поисковое объединение «ДОЛГ »	1	2	3
11) Смоленское ОГБУК « Молодежный центр-музей имени адмирала Нахимова »	1	2	3
12) Региональный ресурсный центр по поддержке добровольчества Смоленской области	1	2	3
13) МБУ молодежной политики Молодежный центр « Витамин »	1	2	3
14) МБУ « Молодежный центр «Маяк »	1	2	3
15) СРО Общероссийского общественно-государственного движения детей и молодежи « Движение Первых »	1	2	3
16) МБУ « Молодежное пространство «Энергия »	1	2	3
17) Центр патриотического воспитания и допризывной подготовки молодежи « Долг »			

15. На Ваш взгляд, достаточно или недостаточно в Смоленской области организуется мероприятий для молодежи? (один ответ)

- 1) Достаточно
- 2) Скорее достаточно
- 3) Скорее недостаточно
- 4) Совершенно недостаточно
- 5) Затрудняюсь ответить



16. Насколько Вы в целом удовлетворены или не удовлетворены качеством проводимых молодежных мероприятий в регионе? (один ответ)

- 1) В целом удовлетворен
- 2) Скорее удовлетворен
- 3) Скорее не удовлетворен
- 4) Не удовлетворен совсем
- 5) Затрудняюсь ответить

17. О каких молодежных мероприятиях, проведенных в Смоленской области в прошлом, 2025 году, Вы слышали? В каких из них Вы принимали участие? (один ответ по каждой строке)

	Ничего не слышал	Слышал, но не участвовал	Принимал участие
1) День молодежи	1	2	3
2) Серия игр официальной лиги «КВН по-Смоленски»	1	2	3
3) Слёт рабочей молодежи «ЛаФа»	1	2	3
4) Экологический форум «Экодвиг 2.0»	1	2	3
5) Цикл мероприятий «#ПРОПЕРВУЮ ПОМОЩЬ»	1	2	3
6) Региональный фестиваль «Студенческая весна»	1	2	3
7) Цикл мероприятий «Декрет.Перезагрузка»	1	2	3
8) Другое (укажите) _____	1	2	3

18. Оцените по шкале от 1 до 10 эффективность молодежной политики в Смоленской области в целом (где 1 – совсем не эффективна, 10 – максимально эффективна)

1	2	3	4	5	6	7	8	8	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. Оцените, пожалуйста, насколько эффективно налажена связь между органами власти, ответственными за молодежную политику в регионе, и самой молодежью? (один ответ)

- 1) Органы власти слышат молодежь и стараются реагировать на все запросы и проблемы молодого поколения
- 2) Органы власти слышат молодежь, но реагируют выборочно
- 3) Органы власти делают вид, что слышат молодежь, но на деле никак не реагируют на молодежные проблемы или реагируют формально, «для галочки»
- 4) Органы власти вообще не интересуются проблемами молодежи
- 5) Затрудняюсь ответить



7.2. Вспомогательные статистические таблицы

Табл. 1 Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы в целом социально-экономической ситуацией в Смоленской области?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных в склейке позиций *

Социально-демографические характеристики	В целом удовлетворены	В целом не удовлетворены	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	60,9	33,7	5,4	100,0
Женщины	58,9	31,5	9,6	100,0
14-17 лет	73,5	16,6	9,9	100,0
18-24 года	67,6	25,9	6,5	100,0
25-29 лет	48,3	42,0	9,7	100,0
30-35 лет	52,9	40,9	6,2	100,0
Учатся в школе	71,5	20,0	8,5	100,0
Учатся в ССУЗе	73,2	17,3	9,5	100,0
Учусь в ВУЗе	51,7	46,6	1,7	100,0
Работают	54,7	39,4	5,9	100,0
Занимаются бизнесом	31,6	68,4	0,0	100,0
Не учатся и не работают	42,8	42,8	14,4	100,0
Другое	19,0	47,6	33,4	100,0

* Для удобства анализа варианты ответов «полностью удовлетворен» и «скорее удовлетворен» объединены в группу «в целом удовлетворены», а варианты ответов «скорее не удовлетворен» и «совсем не удовлетворен» – в группу «в целом не удовлетворены». Вариант ответа «затрудняюсь ответить» оставлен без изменений.



Табл. 2. Распределение ответов на вопрос: «Как Вам кажется, жизнь в Смоленской области за последние 2-3 года улучшилась, ухудшилась или практически не изменилась?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Стала лучше	Стала хуже	Практически не изменилась	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	56,0	11,1	23,1	9,8	100,0
Женщины	59,2	9,2	18,3	13,3	100,0
14-17 лет	52,3	6,8	28,0	12,9	100,0
18-24 года	62,5	6,9	19,0	11,6	100,0
25-29 лет	60,7	12,4	13,8	13,1	100,0
30-35 лет	54,5	13,2	22,2	10,1	100,0
Учатся в школе	61,1	8,4	22,1	8,4	100,0
Учатся в ССУЗе	52,1	5,3	25,8	16,8	100,0
Учусь в ВУЗе	75,0	8,3	11,7	5,0	100,0
Работают	60,6	9,9	18,8	10,7	100,0
Занимаются бизнесом	57,9	26,3	10,5	5,3	100,0
Не учатся и не работают	38,1	28,6	14,3	19,0	100,0
Другое	61,9	14,3	23,8	0,0	100,0



Табл. 3. Распределение ответов на вопрос: «Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодежи Смоленской области?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Проблемы, % от числа опрошенных								
	Качество образования	Недоступность жилья	Состояние дорог	Распространение алкоголизма	Состояние жилищно-коммунальной сферы	Наркомания	Безработица	Качество медицинского обслуживания	Высокая преступность
Мужчины	19,0	50,3	24,7	14,1	23,9	16,8	24,5	24,7	2,7
Женщины	24,6	54,2	29,6	13,6	21,7	15,4	22,0	27,0	3,7
14-17 лет	26,5	22,7	22,0	26,5	9,8	27,3	15,9	7,6	4,5
18-24 года	18,5	40,3	29,2	15,3	20,8	19,0	19,9	12,5	4,2
25-29 лет	18,6	68,3	25,5	7,6	29,0	2,8	35,9	35,2	0,7
30-35 лет	24,1	68,5	29,2	9,7	27,6	15,6	22,6	41,2	3,1
Учатся в школе	32,6	22,1	21,1	27,4	11,6	25,3	13,7	10,5	7,4
Учатся в ССУЗе	17,9	33,2	30,5	20,0	13,2	24,2	16,8	10,0	4,2
Учусь в ВУЗе	16,7	51,7	23,3	10,0	33,3	11,7	30,0	15,0	0,0
Работают	21,4	70,0	28,0	9,2	28,0	11,2	26,7	35,6	2,3
Занимаются бизнесом	68,4	57,9	36,8	5,3	26,3	5,3	15,8	47,4	0,0
Не учатся и не работают	14,3	33,3	14,3	4,8	42,9	4,8	71,4	76,2	0,0
Другое	4,8	57,1	28,6	4,8	9,5	14,3	0,0	9,5	0,0
Социально-демографические характеристики	Проблемы, % от числа опрошенных								
	Низкий уровень жизни	Высокие цены на товары и услуги	Состояние окружающей среды	Нехватка зеленых зон, мест отдыха	Недостаток возможностей для проведения досуга	Проблемы с интернетом и связью	Другое	Затруднились ответить	
Мужчины	12,2	32,3	6,8	9,0	14,4	31,5	0,5	4,1	
Женщины	12,3	32,2	6,8	10,7	15,2	30,6	0,3	6,5	
14-17 лет	1,5	30,3	12,1	11,4	8,3	38,6	0,0	9,8	
18-24 года	11,1	39,8	8,3	11,1	14,8	41,2	1,4	7,9	
25-29 лет	17,2	35,9	5,5	12,4	22,1	31,0	0,0	1,4	
30-35 лет	16,0	24,9	3,5	6,6	14,0	18,7	0,0	3,1	
Учатся в школе	3,2	24,2	11,6	11,6	8,4	37,9	1,1	11,6	
Учатся в ССУЗе	4,2	37,4	7,9	6,8	7,9	36,8	0,5	8,9	
Учусь в ВУЗе	25,0	41,7	16,7	23,3	30,0	53,3	1,7	3,3	
Работают	15,8	32,3	4,6	10,2	18,6	26,0	0,3	2,8	
Занимаются бизнесом	31,6	15,8	5,3	0,0	31,6	36,8	5,3	5,3	
Не учатся и не работают	9,5	23,8	4,8	4,8	28,6	19,0	0,0	0,0	
Другое	14,3	19,0	4,8	0,0	9,5	38,1	4,8	4,8	



Табл. 4. Распределение ответов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу /селу, где Вы сейчас живете?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Рады, что живут здесь	В целом довольны	В целом не довольны	Категорически и не нравятся жить здесь	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	38,0	40,5	8,7	5,7	7,1	100,0
Женщины	34,0	42,9	6,5	5,2	11,4	100,0
14-17 лет	31,1	49,2	8,3	3,8	7,6	100,0
18-24 года	34,3	51,4	6,0	0,9	7,4	100,0
25-29 лет	39,3	31,7	9,0	8,3	11,7	100,0
30-35 лет	38,1	35,4	7,8	8,6	10,1	100,0
Учатся в школе	23,2	52,6	9,5	5,3	9,4	100,0
Учатся в ССУЗе	38,4	47,9	5,3	1,1	7,3	100,0
Учусь в ВУЗе	26,7	56,7	6,7	5,0	4,9	100,0
Работают	38,4	36,6	7,6	7,9	9,5	100,0
Занимаются бизнесом	26,3	47,4	21,1	5,2	0,0	100,0
Не учатся и не работают	38,1	23,8	4,8	0,0	33,3	100,0
Другое	42,9	42,9	4,8	4,8	4,6	100,0



Табл. 5. Распределение ответов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать из города / села, где живете?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Нет, не планируют	Скорее нет, чем да	Скорее да, чем нет	Да, планируют	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	29,3	31,5	16,6	16,8	5,8	100,0
Женщины	30,9	23,6	18,3	19,6	7,6	100,0
14-17 лет	18,2	14,4	20,5	42,4	4,5	100,0
18-24 года	31,0	17,1	27,3	13,9	10,7	100,0
25-29 лет	33,1	30,3	13,8	15,2	7,6	100,0
30-35 лет	33,9	41,2	9,7	11,3	3,9	100,0
Учатся в школе	13,7	9,5	22,1	52,6	2,1	100,0
Учатся в ССУЗе	31,1	14,7	26,3	15,8	12,1	100,0
Учусь в ВУЗе	26,7	28,3	25,0	13,3	6,7	100,0
Работают	33,3	35,6	13,0	13,7	4,4	100,0
Занимаются бизнесом	42,1	42,1	0,0	5,3	10,5	100,0
Не учатся и не работают	38,1	42,9	0,0	0,0	19,0	100,0
Другое	28,6	42,9	14,3	9,5	4,7	100,0

Табл. 6. Распределение ответов на вопрос: «Если планируете уехать, то куда?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа ответивших

Социально-демографические характеристики	В Москву	В Санкт-Петербург	В другой город региона	В другой регион России	Другое	Затруд- ответить / не решили
Мужчины	22,7	24,8	15,6	6,4	9,2	34,8
Женщины	26,9	16,4	17,5	9,4	5,3	39,8
14-17 лет	27,0	20,2	30,3	5,6	10,1	27,0
18-24 года	23,2	23,2	6,3	8,9	6,3	37,5
25-29 лет	21,6	9,8	9,8	9,8	7,8	51,0
30-35 лет	28,3	23,3	21,7	8,3	3,3	41,7
Учатся в школе	26,0	19,2	30,1	5,5	11,0	28,8
Учатся в ССУЗе	22,3	24,3	9,7	5,8	8,7	36,9
Учусь в ВУЗе	29,6	14,8	0,0	22,2	0,0	37,0
Работают	28,0	17,8	17,8	7,6	4,2	43,2
Занимаются бизнесом	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Не учатся и не работают	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Другое	16,7	33,3	33,3	0,0	16,7	0,0



Табл. 7. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, по каким причинам молодежь переезжает в другие населенные пункты и регионы?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Получить хорошее образование, профессию	Легче или быстрее обзавестись жильем	Покинуть родительский дом, жить отдельно	Иметь более высокий доход и благополучие	Более качественно проводить время	Получать более качественные мед. услуги	Получить желаемую работу, сделать карьеру	Жить в более благоприятной экологической обстановке	Чувствовать себя в безопасности	Другое	Затруднились ответить
Мужчины	47,0	14,1	18,2	57,9	12,0	12,5	31,3	3,3	5,2	1,1	5,4
Женщины	51,3	12,8	14,4	58,9	13,9	19,4	32,5	5,5	2,4	0,3	5,8
14-17 лет	72,0	8,3	15,9	34,8	6,1	5,3	22,0	4,5	3,8	0,0	9,1
18-24 года	50,5	17,1	20,4	51,9	13,4	6,0	31,5	5,1	4,2	1,9	6,0
25-29 лет	33,1	15,2	17,2	65,5	20,7	25,5	35,9	2,1	3,4	0,7	6,2
30-35 лет	45,5	12,1	12,5	72,0	11,7	24,5	35,0	5,1	3,5	0,0	3,1
Учатся в школе	76,8	7,4	14,7	35,8	6,3	4,2	26,3	5,3	3,2	0,0	6,3
Учатся в ССУЗе	54,2	16,3	20,0	40,5	9,5	5,3	21,6	3,7	3,7	0,5	9,5
Учусь в ВУЗе	41,7	15,0	26,7	76,7	16,7	11,7	46,7	15,0	5,0	3,3	0,0
Работают	42,2	14,0	15,0	72,0	16,0	24,7	33,1	4,3	4,1	0,8	4,8
Занимаются бизнесом	31,6	0,0	26,3	73,7	21,1	36,8	31,6	0,0	0,0	5,3	0,0
Не учатся и не работают	42,9	4,8	0,0	66,7	14,3	4,8	85,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Другое	28,6	19,0	9,5	19,0	0,0	14,3	57,1	0,0	0,0	0,0	4,8



Табл. 8. Распределение ответов на вопрос: «Какие причины влияют на то, что молодежь остается в родном городе / селе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Здесь Родина, здесь живут родные и близкие	Материально тяжело уехать со старого места	Опасение не найти работу на новом месте	Боязнь перемен	Обустроенность на своей Родине	Достойная оплата своей работы на старом месте	Нравится жить в своем населенном пункте	Благоприятная экологическая ситуация	Другое	Затруднились ответить
Мужчины	44,6	37,5	20,4	32,1	25,5	9,8	20,4	4,1	0,3	7,3
Женщины	47,9	38,5	25,9	33,0	18,1	8,9	20,7	2,9	0,0	8,1
14-17 лет	56,1	30,3	15,9	25,0	13,6	5,3	12,9	3,0	0,0	11,4
18-24 года	54,6	38,0	24,5	28,2	18,5	8,3	17,1	1,9	0,5	8,3
25-29 лет	43,4	42,1	24,8	31,0	23,4	8,3	28,3	5,5	0,0	11,0
30-35 лет	35,8	39,7	24,9	40,9	27,6	12,8	23,0	3,9	0,0	3,5
Учатся в школе	54,7	34,7	20,0	30,5	10,5	6,3	13,7	1,1	0,0	11,6
Учатся в ССУЗе	56,8	30,0	18,9	23,7	12,1	5,8	13,7	3,2	0,0	10,5
Учусь в ВУЗе	50,0	56,7	38,3	28,3	35,0	13,3	18,3	1,7	1,7	3,3
Работают	39,9	42,2	23,9	37,4	29,0	10,2	24,9	4,6	0,3	6,6
Занимаются бизнесом	47,4	36,8	36,8	15,8	10,5	21,1	26,3	5,3	5,3	0,0
Не учатся и не работают	33,3	38,1	28,6	47,6	19,0	23,8	28,6	0,0	0,0	0,0
Другое	52,4	19,0	38,1	19,0	9,5	4,8	19,0	4,8	0,0	0,0



Табл. 9. Распределение ответов на вопрос: «Смоленская область – это привлекательный регион с точки зрения профессиональной самореализации молодежи, возможностей построения карьеры по специальности или нет?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных в склейке позиций *

Социально-демографические характеристики	В целом да	В целом нет	Затруд. ответить	Итого
Мужчины	59,0	30,2	10,8	100,0
Женщины	54,7	29,8	15,5	100,0
14-17 лет	63,7	23,5	12,8	100,0
18-24 года	63,9	23,2	12,9	100,0
25-29 лет	42,8	44,1	13,1	100,0
30-35 лет	55,3	31,1	13,6	100,0
Учатся в школе	60,0	27,4	12,6	100,0
Учатся в ССУЗе	70,0	15,3	14,7	100,0
Учусь в ВУЗе	41,7	48,4	9,9	100,0
Работают	54,7	32,1	13,2	100,0
Занимаются бизнесом	31,6	52,6	15,8	100,0
Не учатся и не работают	23,8	52,4	23,8	100,0
Другое	61,9	38,1	0,0	100,0

* Для удобства анализа варианты ответов «безусловно да» и «скорее да» объединены в группу «в целом да», а варианты ответов «скорее нет» и «безусловно нет» – в группу «в целом нет». Вариант ответа «затрудняюсь ответить» оставлен без изменений.



Табл. 10. Распределение ответов на вопрос: «О каких организациях Смоленской области, занимающихся работой с молодежью, Вы слышали?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа слышавших об организации («принимали участие» + «слышали, но не участвовали»)

Социально-демографические характеристики	Экосистема	Волонтерская Рота Боевого Братства	Российские студенческие отряды	Волонтеры-медики	Российский Красный Крест	Волонтеры Победы	Смоленский студенческий совет	Твой ход	
								Молодежный центр «Пушкинский»	Поискоевое объединение «ДОЛГ»
Мужчины	30,7	52,2	50,8	56,0	60,9	62,2	44,6	39,1	
Женщины	37,2	51,3	48,7	59,9	63,4	70,4	48,7	42,1	
14-17 лет	37,9	47,0	41,7	56,1	57,6	63,6	43,2	38,6	
18-24 года	36,1	51,4	55,1	56,0	64,4	63,0	59,3	50,5	
25-29 лет	27,6	63,4	47,6	63,4	65,5	70,3	42,8	40,7	
30-35 лет	33,9	47,9	50,6	57,6	60,7	68,5	40,1	33,5	
Учатся в школе	42,1	47,4	38,9	58,9	57,9	65,3	38,9	36,8	
Учатся в ССУЗе	35,3	50,5	51,1	48,9	55,3	56,3	57,4	45,3	
Учусь в ВУЗе	35,0	41,7	63,3	75,0	81,7	73,3	61,7	63,3	
Работают	32,8	54,7	52,4	63,1	66,4	71,5	44,3	39,2	
Занимаются бизнесом	21,1	52,6	57,9	63,2	57,9	89,5	42,1	31,6	
Не учатся и не работают	23,8	38,1	23,8	38,1	23,8	47,6	28,6	33,3	
Другое	28,6	33,3	42,9	42,9	52,4	61,9	14,3	23,8	
Социально-демографические характеристики	Молодежный центр «Пушкинский»	Поискоевое объединение «ДОЛГ»	Молодежный центр-музей им. Нахимова	Центр по поддержке добровольчества	Молодежный центр «Витамин»	Молодежный центр «Маяк»	Движение Первых	Молодежное пространство «Энергия»	
								Центр патриотического воспитания «Долг»	
Мужчины	63,6	53,3	45,4	51,4	36,1	37,2	76,1	31,0	42,7
Женщины	66,0	52,4	44,5	56,8	37,2	36,4	83,2	31,9	50,5
14-17 лет	50,0	43,2	43,2	57,6	39,4	42,4	69,7	34,8	41,7
18-24 года	63,4	45,4	44,4	49,5	33,3	35,6	75,9	31,9	47,7
25-29 лет	69,7	53,1	47,6	62,1	38,6	36,6	84,8	24,1	46,9
30-35 лет	70,8	63,8	44,7	51,8	37,0	35,0	85,2	33,5	48,2
Учатся в школе	47,4	37,9	42,1	56,8	41,1	41,1	71,6	34,7	45,3
Учатся в ССУЗе	55,3	47,9	45,3	49,5	38,9	41,1	68,9	35,8	42,6
Учусь в ВУЗе	78,3	43,3	41,7	56,7	20,0	30,0	86,7	21,7	53,3
Работают	71,2	61,3	48,3	59,5	39,2	37,4	88,0	32,3	48,6
Занимаются бизнесом	94,7	57,9	36,8	52,6	26,3	31,6	84,2	26,3	63,2
Не учатся и не работают	61,9	28,6	14,3	14,3	19,0	4,8	71,4	4,8	14,3
Другое	66,7	42,9	52,4	38,1	14,3	28,6	71,4	28,6	71,4



Табл. 11. Распределение ответов на вопрос: «На Ваш взгляд, достаточно или недостаточно в Смоленской области организуется мероприятий для молодежи?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных в склейке позиций *

Социально-демографические характеристики	В целом достаточно	В целом недостаточно	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	65,4	25,6	9,0	100,0
Женщины	65,1	26,2	8,7	100,0
14-17 лет	65,9	22,0	12,1	100,0
18-24 года	66,7	22,7	10,6	100,0
25-29 лет	63,5	26,2	10,3	100,0
30-35 лет	65,0	30,4	4,6	100,0
Учатся в школе	62,1	26,3	11,6	100,0
Учатся в ССУЗе	68,9	17,4	13,7	100,0
Учусь в ВУЗе	58,4	36,7	4,9	100,0
Работают	65,9	26,7	7,4	100,0
Занимаются бизнесом	47,4	52,6	0,0	100,0
Не учатся и не работают	52,4	47,6	0,0	100,0
Другое	76,2	19,1	4,7	100,0

* Для удобства анализа варианты ответов «достаточно» и «скорее достаточно» объединены в группу «в целом достаточно», а варианты ответов «скорее недостаточно» и «совершенно недостаточно» – в группу «в целом недостаточно». Вариант ответа «затрудняюсь ответить» оставлен без изменений.



Табл. 12. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы в целом удовлетворены или не удовлетворены качеством проводимых молодежных мероприятий в регионе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных в склейке позиций *

Социально-демографические характеристики	Удовлетворены	Не удовлетворены	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	66,8	16,5	16,7	100,0
Женщины	69,8	18,1	12,1	100,0
14-17 лет	69,7	13,6	16,7	100,0
18-24 года	68,0	16,3	15,7	100,0
25-29 лет	62,8	23,5	13,7	100,0
30-35 лет	71,2	16,7	12,1	100,0
Учатся в школе	73,7	14,7	11,6	100,0
Учатся в ССУЗе	67,8	11,7	20,5	100,0
Учусь в ВУЗе	61,6	25,0	13,4	100,0
Работают	68,7	19,1	12,2	100,0
Занимаются бизнесом	47,4	52,6	0,0	100,0
Не учатся и не работают	33,3	33,3	33,4	100,0
Другое	90,5	4,8	4,7	100,0

* Для удобства анализа варианты ответов «в целом удовлетворен» и «скорее удовлетворен» объединены в группу «удовлетворены», а варианты ответов «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен совсем» – в группу «не удовлетворены». Вариант ответа «затрудняюсь ответить» оставлен без изменений.



Табл. 13. Распределение ответов на вопрос: «О каких молодежных мероприятиях, проведенных в Смоленской области в прошлом, 2025 году, Вы слышали? В каких из них Вы принимали участие?», в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа слышавших о мероприятии («принимали участие» + «слышали, но не участвовали»)

Социально-демографические характеристики	День молодежи	Серия игр официальной лиги «КВН по-Смоленски»	Слет рабочей молодежи «ЛаФа»	Экологический форум «Экодвиж 2.0»	Цикл мероприятий «Про первую помощь»	Региональный фестиваль «Студенческая весна»	Цикл мероприятий «Декрет.Перезагрузка»
Мужчины	76,1	57,9	35,1	35,1	41,3	60,9	34,2
Женщины	90,1	66,2	33,5	39,0	45,3	71,2	37,4
14-17 лет	75,8	60,6	39,4	42,4	50,8	56,1	40,2
18-24 года	78,2	59,7	31,9	36,6	44,0	69,9	35,2
25-29 лет	91,0	69,0	45,5	42,1	41,4	69,7	35,2
30-35 лет	86,8	61,1	27,2	31,9	40,1	66,1	34,6
Учатся в школе	84,2	62,1	34,7	41,1	50,5	51,6	35,8
Учатся в ССУЗе	70,0	53,7	37,9	41,6	46,3	65,8	41,1
Учусь в ВУЗе	88,3	75,0	30,0	35,0	46,7	78,3	31,7
Работают	89,8	65,4	35,1	36,6	42,5	68,7	34,9
Занимаются бизнесом	94,7	42,1	36,8	26,3	31,6	94,7	36,8
Не учатся и не работают	85,7	57,1	23,8	23,8	9,5	52,4	47,6
Другое	81,0	66,7	19,0	28,6	33,3	61,9	33,3



Табл. 14. Распределение ответов на вопрос: «Оцените по шкале от 1 до 10 эффективность молодежной политики в Смоленской области в целом (где 1 – совсем не эффективна, 10 – максимально эффективна)?» в различных социально-демографических группах респондентов, *средние баллы*

Социально-демографические характеристики	Средний балл
Мужчины	6,36
Женщины	6,61
14-17 лет	6,14
18-24 года	6,19
25-29 лет	6,26
30-35 лет	7,03
Учатся в школе	6,44
Учатся в ССУЗе	5,95
Учусь в ВУЗе	6,38
Работают	6,80
Занимаются бизнесом	5,08
Не учатся и не работают	6,67
Другое	7,45



Табл. 15. Распределение ответов на вопрос: «Оцените, пожалуйста, насколько эффективно налажена связь между органами власти, ответственными за молодежную политику в регионе, и самой молодежью?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические характеристики	Органы власти слышат молодежь и стараются реагировать на все запросы и проблемы	Органы власти слышат молодежь, но реагируют выборочно	Органы власти делают вид, что слышат молодежь, но на деле никак не реагируют или реагируют формально	Органы власти вообще не интересуются проблемами молодежи	Затруднились ответить	Итого
Мужчины	29,6	31,0	14,9	8,4	16,1	100,0
Женщины	27,6	34,1	14,4	3,9	20,0	100,0
14-17 лет	31,8	25,0	13,6	2,3	27,3	100,0
18-24 года	29,8	30,7	16,3	4,2	19,0	100,0
25-29 лет	21,4	33,8	17,9	12,4	14,5	100,0
30-35 лет	30,0	37,4	12,1	6,2	14,3	100,0
Учатся в школе	32,6	23,2	13,7	3,2	27,3	100,0
Учатся в ССУЗе	33,3	27,0	13,8	4,2	21,7	100,0
Учусь в ВУЗе	26,7	41,7	11,7	1,7	18,2	100,0
Работают	27,5	35,4	14,8	8,1	14,2	100,0
Занимаются бизнесом	15,8	26,3	31,6	15,8	10,5	100,0
Не учатся и не работают	4,8	38,1	9,5	0,0	47,6	100,0
Другое	19,0	42,9	19,0	0,0	19,1	100,0