

---

# ТОЧКА ЗРЕНИЯ

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: НАСКОЛЬКО ЗНАЧИМЫ ИЗМЕНЕНИЯ?



### Смирнов Сергей Николаевич

Доктор экономических наук, заведующий Центром анализа социальных программ и рисков Института социальной политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), ведущий научный сотрудник Отдела экономики Института научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН РАН) e-mail: sernsmirnov@mail.ru

*Аннотация.* Экономические трансформации, начавшиеся в России с 1992 г., отразились на различных сторонах жизни общества. Одним из статистически значимых стало преобразование структуры потребления населения страны. Эти изменения были обусловлены не только формированием принципиально нового для России потребительского рынка с отсутствием феномена дефицита, но и прогрессом в сфере технологий (цифровизация), а также расширением числа производителей и предложением новых товаров и услуг. Произошедшие за два первых десятилетия XXI в. сдвиги в потреблении населения страны, подтверждаемые статистикой торговли и обследованиями бюджетов домохозяйств, оцениваются в целом положительно. Актуальной в предстоящем периоде является выявление и оценка возможных изменений в потребительском поведении домохозяйств в условиях санкционной политики.

*Ключевые слова:* структура потребления; домохозяйства; статистика торговли; продовольственные товары; непродовольственные товары; платные услуги; Россия.

*Для цитирования:* Смирнов С.Н. Трансформация потребления населения России: насколько значимы изменения? // Социальные новации и социальные науки : [электронный журнал]. – 2022. – № 3. – С. 59–73.

URL: <https://sns-journal.ru/ru/archive/>

DOI: 10.31249/snsn/2022.03.03

Рукопись поступила 15.07.2022.

## **Введение**

Настоящая статья продолжает исследования автора, первые результаты которых были представлены в публикации о воздействии первой волны пандемии COVID-19 на потребительский рынок России [см. Смирнов, 2020]. В ней были рассмотрены изменения потребительского поведения населения страны в условиях форс-мажорных обстоятельств, повлиять на которые потребитель не мог. Эти изменения были отслежены на краткосрочном временном отрезке и определялись принятием тех или иных управленческих решений, которые содержательно сводились прежде всего к усилению или ослаблению карантинных мер, затрагивавших те или иные сегменты потребительского рынка. Подобного рода исследования и основывающийся на их результатах краткосрочный прогноз, безусловно, сохраняют актуальность в ближайшем будущем в условиях действия экономических санкций, принятых в 2022 г. в отношении России.

Изучение изменений в потреблении населением России продовольственных и непродовольственных товаров и услуг важно, как минимум, по двум причинам. Во-первых, значимая исследовательская задача состоит в оценке степени консервативности потребления в условиях тех системных сдвигов, которые происходили в экономике и социальной сфере страны в течение двух последних десятилетий. Во-вторых, полученные результаты в дальнейшем могут быть сопоставлены с ожидаемыми трансформациями потребления под воздействием масштабных обстоятельств непреодолимой силы (сказывающихся на экономике России после 24 февраля 2022 г.). И это будет способствовать развитию методологии и практики экономического прогнозирования.

В настоящее время Федеральная государственная служба по статистике (Росстат) публикует данные, позволяющие построить длинные временные ряды для количественной оценки масштабов изменений в потреблении населения страны, начиная с 1990-х годов. В настоящей статье, однако, рассматриваются данные только за два последних десятилетия. Этим обеспечивается сопоставимость информации, поскольку сравнивать расходы населения на свободном («диктат потребителя») и регулируемом («диктат продавца») потребительском рынках с методологической точки зрения некорректно. Заметим, что в первую очередь нас интересуют не столько соотношение в структуре потребления – т.е. доли продовольственных и непродовольственных товаров, а также платных услуг (хотя в некоторых случаях обращение к абсолютным показателям потребления было неизбежным), – сколько изменения внутри этих товарных групп.

Оценка структурных изменений в потреблении населения осуществлялась по двум направлениям: во-первых, на основе данных торговой статистики об объемах продаж различных катего-

рий товаров и услуг населению и, во-вторых, материалов ежеквартальных выборочных обследований бюджетов домашних хозяйств, проводимых Росстатом. При этом, учитывая форс-мажорные обстоятельства 2020 г. (вводившиеся ограничительные меры, связанные с пандемией), конечным годом для анализа был принят 2019 г.

### Продажа продуктов питания и напитков

Данная составляющая расходов населения страны оказалась, пожалуй, наиболее консервативной. Как свидетельствуют статистические данные, в большинстве случаев различия между начальным и конечным годами рассматриваемого периода не принципиальны, однако несколько моментов все-таки обращают на себя внимание (табл. 1). Заметно, что структура расходов на приобретение продовольствия населением России в 2019 г. в большей мере, чем это было в 2000 г., соответствует принципам здорового питания.

Таблица 1

#### Основные структурные изменения в продаже продовольственных товаров<sup>1</sup> населению Российской Федерации\*

Наименование	Доля в покупках продовольствия, %			Изменение в 2000–2019 гг., %
	2000 г.	2010 г.	2019 г.	
Хлеб и хлебобулочные изделия	8,2	4,7	4,8	–3,4
Сахар	3,2	1,9	1,5	–1,8
Мука	1,9	0,8	0,8	–1,1
Маргариновая продукция	0,6	0,4	0,2	–0,2
Свежие фрукты	3,2	3,3	4,0	0,8
Алкогольные напитки	20,9	15,7	14,0	–6,9

<sup>1</sup> Включая алкогольные напитки и табачные изделия.

\* Источник: [Российский статистический ежегодник, 2021, с. 435].

Во-первых, резко снизилась доля расходов на покупку алкогольных напитков. Причин этому несколько. На наш взгляд, они связаны в том числе с расширением возможностей проведения досуга в рассматриваемые десятилетия. Диверсификация предложений в этой области (культурно-развлекательные мероприятия и туристические поездки, а также увеличение объема рынка автомобилей, бытовой техники, товаров для строительства и ремонта жилья) снизили привлекательность употребления алкоголя как основного вида проведения свободного времени.

Во-вторых, сократились доли расходов на покупку хлеба и хлебобулочных изделий, сахара и маргариновой продукции при росте доли расходов на приобретение свежих фруктов. При этом снижение доли в покупках муки может быть связано с расширением ассортимента кондитерских и иных мучных изделий, предлагаемых покупателям торговыми сетями и несетевыми магазинами, что уменьшает потребность в домашней выпечке.

Переход жителей страны на более здоровое питание подтверждается и данными о динамике продаж в абсолютном выражении. По расчетам автора, проведенным на основе информации Рос-

стата [Российский статистический ежегодник, 2021, с. 438], продажа населению мяса и птицы в 2019 г. (6501 тыс. т) оказалась в 2,26 раза больше по сравнению с 2000 г., в то время как мясных консервов (655 млн условных банок) – в 1,33 раза. Продажа сыров (767 тыс. т) возросла в 2,26 раза, растительных масел (2336 тыс. т) – в 4,09 раза, в то время как животного масла (323 тыс. т) сократилась на 16,8%.

Положительные тенденции сформировались и в динамике физических объемов розничных продаж товаров, которые свидетельствуют о распространенности элементов нездорового образа жизни, – потребления алкоголя и табакокурения (табл. 2).

Таблица 2

### Продажа населению Российской Федерации алкоголя и табачных изделий\*

Товары	2000 г.	2010 г.	2019 г.	2019 г. к 2000 г., %	2019 г. к 2010 г., %
Водка и ликероводочные изделия, млн дкл	214,6	157,8	83,2	39	53
Винодельческая продукция (включая игристые и шампанские вина), млн дкл	70,7	130,7	111,4	158	85
Пиво и пивные напитки, млн дкл	524,6	1004,0	721,8	138	72
Сигареты и папиросы, млрд шт.	355	372	213	60	57

\* Источник: [Российский статистический ежегодник, 2021, с. 438].

Виден структурный переход от употребления крепких алкогольных напитков (прежде всего водки) к потреблению менее крепких (вино и пиво), хотя во втором десятилетии XXI в. употребление последних также заметно сократилось. Помимо расширения вариантов досугового времяпрепровождения это может быть объяснено и действием чисто экономических факторов (снижение после 2014 г. доходов населения и их последующее медленное восстановление). Кроме того, нельзя не согласиться с тем, что административные, ценовые и иные меры государственной политики, направленные на борьбу с табакокурением в 2010-е годы, принесли свои плоды и оказались гораздо результативнее пропаганды здорового образа жизни, упор на которые делался в течение предшествующих десятилетий.

В настоящее время курение стало восприниматься значительной частью общества как негативное явление. Сокращение продаж сигарет и папирос в 2010-е годы (на 41%) оказалось практически на том же уровне, что и сокращение продажи водки (на 46%). При этом, однако, в отличие от алкогольных напитков доля табачных изделий в структуре продаж составила в 2019 г. 5,8%, увеличившись по сравнению с 2010 г. на 3 п.п., что было связано с опережающим ростом цен на них.

Таким образом, в целом можно констатировать, что в анализируемом периоде основной тренд изменения рациона питания россиян состоял в повышении его качества и приближении к моделям здорового питания.

### Продажа непродовольственных товаров

Статистические данные свидетельствуют, что здесь произошли заметные изменения, в большинстве случаев поддающиеся логическим объяснениям (табл. 3).

Таблица 3

#### Основные структурные изменения в продаже непродовольственных товаров населению Российской Федерации\*

Наименование	Доля в продаже непродовольственных товаров, %			Изменение в 2000–2019 гг., п.п.
	2000 г.	2010 г.	2019 г.	
<i>Товары со значительным сокращением доли в продаже</i>				
Мужская, женская и детская одежда	21,5	14,0	10,0	–11,5
Обувь	9,0	5,0	4,2	–4,8
Изделия из меха	1,9	1,0	0,6	–1,3
Мебель	3,4	3,3	2,7	–0,7
Аудиоаппаратура	0,7	0,4	0,2	–0,5
Холодильники и морозильники	1,3	1,0	0,8	–0,5
Часы	0,6	0,2	0,2	–0,4
<i>Товары со значительным увеличением доли в продаже</i>				
Бензины автомобильные	6,2	11,3	12,1	5,9
Изделия, применяемые в медицинских целях, ортопедические изделия, лекарственные средства	5,8	6,8	8,4	2,6
Косметические и парфюмерные товары	3,0	3,1	4,0	1,0
Мобильные телефоны	н/д	1,6	2,1	0,5 <sup>1</sup>
Строительные материалы	3,4	3,7	3,8	0,4
Ювелирные изделия	1,1	1,4	1,5	0,4
Легковые автомобили	11,6	9,5	11,9	0,3

<sup>1</sup> 2019 г. к 2010 г.

\* Источник : [Российский статистический ежегодник, 2021, с. 435].

Так, в структуре продаж непродовольственных товаров заметно повысилась доля тех из них, которые отражают образ жизни современного человека. Речь идет о повседневно используемых в быту технических средствах – таких, как мобильные телефоны и легковые автомобили. Из достаточно экзотичных в конце 1990-х – начале 2000-х годов в настоящее время они (особенно мобильные телефоны) превратились в обыденные и присутствуют в абсолютном большинстве российских домохозяйств. При этом следует учесть, что в 2000-е годы в структуре розничных продаж статистическими органами не отслеживалась позиция персональных компьютеров (из-за малой величины торговли ими). Поэтому официальной статистики недостаточно для изучения динамики их продаж в рассматриваемый период.

Увеличение доходов населения в 2000-е годы имело, как минимум, два последствия в контексте структуры продаж. Во-первых, в начале 2000-х годы в стране начался быстрый рост парка личных легковых автомобилей, эксплуатация которых потребовала повышения потребления моторного топлива. Во-вторых, на этот период приходится быстрое развитие индивидуального жилищного строительства и, соответственно, повысилась доля в структуре продаж строительных материалов.

Еще один важный момент – сложившаяся ориентация многих россиян на сбережение здоровья и ежедневный уход за собой, что подтверждается увеличением доли расходов на приобретение лекарств, косметики и парфюмерии.

Наконец, у части домохозяйств появилась возможность осуществлять сбережения в различных формах, в частности, в ювелирных украшениях. Видно, что доля в структуре продаж ювелирных изделий повысилась.

Если говорить о тех товарах, доли которых в структуре розничных продаж снизились, то наибольшее сокращение произошло по таким позициям, как одежда и обувь. Основными предпосылками этого сдвига стало насыщение потребительского рынка такими товарами в сочетании с конкуренцией поставщиков и продавцов, а также формирование ценовых сегментов рынка, рассчитанных на потребителей с различными уровнями доходов, что сдерживало рост цен на одежду и обувь. В целом цены на них в 2020 г. повысились по сравнению с 2000 г., соответственно, в 5,75 и 5,4 раза, что оказалось несколько ниже роста цен на продукты питания (исключая алкоголь и табачные изделия), составившего 5,83 раза [Средние потребительские цены ..., 2022].

Произошло также насыщение домохозяйств технически сложными устройствами – аудиоаппаратурой и «белой» техникой. Сокращение доли продаж часов объясняется быстрым развитием, особенно в 2010-е годы, процессов цифровизации, в результате чего классические часы сместились на периферию потребления.

Еще одно важное изменение на рынке непродовольственных товаров в первые два десятилетия XXI в. – появление на нем новых товарных позиций, потребление которых в 2000 г. либо было делом наиболее продвинутых в техническом отношении и высокодоходных домохозяйств, либо вообще отсутствовало. Так, в 2000 г., по мнению Росстата, ведущего в месячном режиме наблюдения за ценами на товары и услуги, не было смысла включать в список непродовольственных товаров такие позиции, как, например, ноутбук, монитор для настольного компьютера, сотовый телефон, двухкамерный холодильник, сковорода с антипригарным покрытием, виниловые обои, а в 2010 г. – моноблок, флеш-накопитель USB, смартфон, металлочерепица, ламинат, еврошифер, энергосберегающая и светодиодная лампа и др., которые к настоящему времени вошли в повседневный быт большинства российских домохозяйств,

Довольно интересные изменения произошли на интенсивно насыщавшемся в рассматриваемый период российском рынке легковых автомобилей. Если в начале периода значительная часть продаж приходилась на подержанные иномарки, то в дальнейшем они стали утрачивать свою популярность, что отразилось на динамике их цен. В декабре 2020 г. по сравнению с декабрем 2000 г. один такой автомобиль стоил всего на 81% дороже, в то время как цены на новый отечественный легковой автомобиль повысились почти в 5,2 раза. В результате, если в декабре 2000 г. цена импортного подержанного легкового автомобиля (388,5 тыс. руб.) превышала цену нового легкового автомобиля российского производства (120,3 тыс. руб.) в 3,2 раза, то в декабре 2020 г., когда они стоили, соответственно, 702,3 и 620,2 тыс. руб., – всего на 13,2%. Цена же нового легко-

вого автомобиля иностранной марки в декабре 2020 г. (в 2000 и 2010 г. Росстат не отслеживал цены на них) составила 1135,6 тыс. руб. [Средние потребительские цены ..., 2022].

Кстати, наблюдение за ценами на высокооктановые автомобильные бензины (АИ-95 и АИ-98), которые используются в современных автомобильных двигателях, в 2000 г. Росстатом не осуществлялось (а на АИ-98 и в 2010 г.). Согласно имеющейся информации, цена литра бензина АИ-92 повысилась с 8,6 руб. в декабре 2000 г. до 43,32 руб. в декабре 2020 г., т.е. немногим более, чем в 5 раз (что в целом соответствовало динамике цен на новые отечественные легковые автомобили) [Средние потребительские цены ..., 2022].

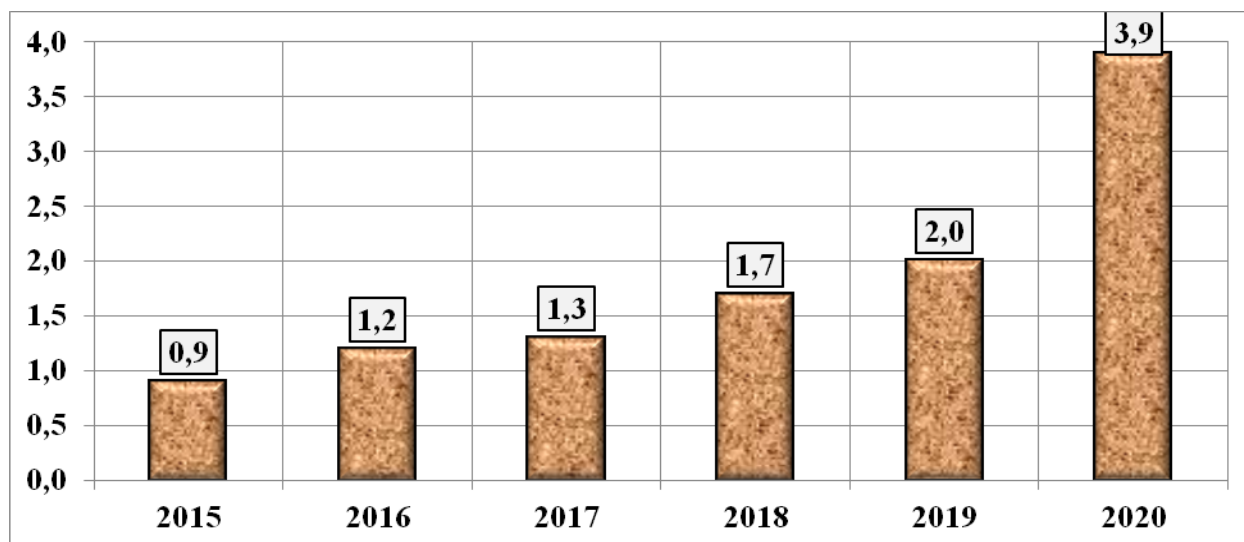
По мере увеличения парка легковых автомобилей с дизельными двигателями и автомобилями на газовом оборудовании Росстат стал вести наблюдение за ценами на дизельное и газовое моторное топливо. Мониторинг показывает, что в отношении первого сработали рыночные механизмы: рост спроса на дизельное топливо стал одним из факторов опережающего повышения цен на него – с 23,1 руб. за литр в декабре 2010 г. до 48,72 руб. за литр в декабре 2020 г. Если в декабре 2010 г. литр дизельного топлива стоил на 1,4% дешевле литра бензина АИ-92 и на 8,7% – АИ-95, то в декабре 2020 г. он был уже дороже, соответственно, на 12,5% и 3,6% [Средние потребительские цены ..., 2022].

Еще более интересная ситуация сложилась на фармацевтическом рынке России. Повышение внимания россиян к своему здоровью (о чем говорилось выше) и расширение номенклатуры лекарственных препаратов, предлагаемых потребителям, повлияло на увеличение количества наименований лекарств, в отношении которых Росстат стал вести наблюдение за ценами. Если в декабре 2000 г. их было всего 12, то в декабре 2010 г. – уже 34, а в декабре 2020 г. – 44. Кроме того, в мониторинг был включен получающий все более широкое распространение в повседневной жизни российских домохозяйств электронный аппарат для измерения артериального давления.

Принципиальным изменением потребительского рынка России, которое произошло в рассматриваемом периоде, особенно во второй половине 2010-х годов, стало быстрое развитие интернет-торговли. Начиная с 2015 г. Росстат стал публиковать данные об удельном весе товаров, проданных через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет, в обороте розничной торговли (рис. 1).

Пандемия COVID-19 и связанные с ней ограничения ускорили распространение интернет-торговли в стране. Если за 2016–2019 гг. доля товаров, проданных населению через Интернет, увеличилась на 1,1 п.п., то в одном только 2020 г. – уже на 1,9 п.п. Это привело к росту масштабов интернет-торговли практически в два раза. Она стала элементом повседневной жизни россиян, особенно в крупных городах, и скорее всего не сойдет с уже завоеванных позиций. Изоляционные и ограничительные меры, принимавшиеся в различных регионах страны, позволили быстрее, чем

это было в стандартной ситуации, оценить несомненные преимущества интернет-торговли, прежде всего получаемую при ее использовании экономию времени на совершение покупок.



**Рис. 1. Удельный вес товаров, проданных через Интернет, в общем объеме оборота розничной торговли в Российской Федерации, %**

Источник: [Российский статистический ежегодник, 2021].

### Платные услуги населению

Определенные изменения наблюдаются и в структуре потребления оплачиваемых населением услуг (табл. 4).

Таблица 4

### Изменения в распределении платных услуг населению Российской Федерации\*

Наименование	Доля в оказанных населению платных услугах, %			Изменение в 2000–2019 гг., п.п.
	2000 г.	2010 г.	2019 г.	
Все оказанные платные услуги	100	100	100	–
в том числе:				
– бытовые	14,6	9,9	10,5	–3,4
– транспортные	25,8	19,0	20,1	–5,7
– почтовой связи, курьерские	н/д	н/д	0,7	н/д
– телекоммуникационные	н/д	н/д	15,5	н/д
– жилищно-коммунальные	20,3	26,9	27,8	7,5
– системы образования	6,9	6,6	6,8	–0,1
– культуры	1,7	1,7	1,8	0,1
– туристские	1,8	2,0	1,8	0,0
– физической культуры и спорта	0,4	0,6	0,9	0,5
– медицинские	4,6	5,1	7,1	2,5
– гостиниц и аналогичных средств размещения	н/д	2,3	2,4	н/д
– специализированных коллективных средств размещения	н/д	н/д	1,6 <sup>1</sup>	н/д
– санаторно-оздоровительные	2,8	н/д	н/д	н/д
– правового характера	5,2	н/д	н/д	н/д
– ветеринарные	н/д	0,2	0,2	н/д
– юридические	н/д	1,7	1,2	н/д
– услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	н/д	н/д	0,3	н/д
– другие услуги	4,7	3,6	3,4	–1,3

<sup>1</sup> Из них услуги санаторно-курортных организаций – 1,2%.

Источник: [Российский статистический ежегодник, 2021].



Основные из них заключаются в следующем. Во-первых, снизилась доля транспортных услуг. На наш взгляд, это может быть объяснено ростом парка легковых автомобилей в собственности граждан и сокращением в этих условиях потребности в услугах общественного транспорта. Так, по данным Росстата, в 2005–2019 гг. количество легковых автомобилей в расчете на 100 домохозяйств в России практически удвоилось: с 33 до 60 [Социальное положение и уровень жизни населения России, 2021].

Во-вторых, резко возросла доля жилищно-коммунальных услуг. Во многом это связано со значительным подорожанием жилищно-коммунальных и иных услуг, связанных с эксплуатацией жилого фонда. Например, плата за 1 кв. м жилья в домах государственного и муниципального жилищных фондов в 2020 г. по сравнению с 2000 г. возросла в 24,3 раза, а содержание и ремонт жилья для граждан – собственников жилья, ставших таковыми в результате приватизации, – в 18,7 раза [Средние потребительские цены ..., 2022].

В-третьих, заметно – более, чем в полтора раза – повысилась доля медицинских услуг, что было связано, как уже было отмечено выше, с повышением внимания россиян, особенно средне- и высокодоходных групп, к своему здоровью. Рост цен на эти услуги в основном был умеренным, укладывавшаяся за двадцатилетний период в интервал от 9% до 13%. Исключение составили услуги по зубопротезированию: если в декабре 2000 г. цена коронки составляла в среднем 178 руб., то в декабре 2020 г. – 4593 руб., или почти в 26 раз больше. Цена съемного протеза за тот же период повысилась с 598 до 11 098 руб., или в 18,5 раза [Средние потребительские цены ..., 2022].

В-четвертых, как и в случае, например, с непродовольственными товарами, количество наблюдаемых позиций в структуре платных услуг населению за прошедшие 20 лет увеличилось. Так, отдельно стали выделяться ветеринарные услуги, а в условиях, когда в России стала активно формироваться геронтологическая политика, – услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам.

Формирование рынка платных услуг населению в 1990-е – начале 2000-х годов менее востребованных или вообще отсутствовавших расширило число позиций, в отношении которых Росстат ведет наблюдение за ценами. Например, в 2000 г. не велось наблюдение за ценами на услуги по обслуживанию и содержанию легковых автомобилей (регулировка развала-схождения колес, шиномонтаж колес легкового автомобиля, полисы КАСКО и ОСАГО, начальный курс обучения вождению), ремонту жилья (установка пластиковых окон, облицовка кафельной плиткой), обслуживанию повседневной деятельности и досуга домохозяйств (воспитание детей наемным персоналом, организация проведения торжеств), банковских технологий (обслуживание банковской карты, аренда индивидуального банковского сейфа, пользование потребительским кредитом) и др. В 2020 г. все эти услуги находились в перечне позиций, по которым велось наблюдение за ценами.

Изменилась и структура основной компоненты платных услуг населению, а именно, бытовых услуг (табл. 5).

Таблица 5

**Структурные изменения в распределении бытовых услуг населению  
Российской Федерации\***

Наименование	Доля в оказанных населению бытовых услугах, %			Изменение в 2001–2019 гг., п.п.
	2001 г. <sup>1</sup>	2010 г.	2019 г.	
Все оказанные бытовые услуги,	100	100	100	–
в том числе:				
– техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	22,1	26,5	31,0	8,9
– услуги парикмахерских	6,3	8,8	13,0	6,7
– услуги предприятий по прокату, включая каршеринг	0,3	1,2	2,8	2,5
– изготовление и ремонт мебели	1,8	3,7	3,2	1,4
– ремонт и строительство жилья и других построек	24,3	30,1	25,6	1,3
– услуги бань и душевых	1,8	2,8	2,6	0,8
– ритуальные услуги	6,9	7,7	6,3	–0,6
– услуги прачечных, химическая чистка и крашение	2,2	1,1	1,0	–1,2
– ремонт, окраска и пошив обуви	3,0	1,7	1,3	–1,7
– услуги фотоателье	3,3	1,7	1,4	–1,9
– ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	8,2	5,3	4,6	–3,6
– ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	10,9	4,3	3,1	–7,8
– прочие бытовые услуги	8,9	5,1	4,1	–4,8

<sup>1</sup> Данные за 2000 г. несопоставимы с данными за последующие годы.

\* Источник: [Российский статистический ежегодник, 2021].

В отличие от непродуктивных товаров, которые приобретаются в расчете на продолжительный период эксплуатации, потребление бытовых услуг характеризует трансформацию повседневной жизни населения Российской Федерации. Представленные в табл. 5 количественные оценки изменений потребления бытовых услуг наглядно отражают произошедшие за два первых десятилетия XXI в. структурные сдвиги. К основным относятся следующие.

Прежде всего очевиден рост потребности в техническом обслуживании и ремонте резко увеличившегося парка легковых автомобилей, находящихся в личном пользовании. Поэтому доля соответствующих услуг в общем объеме оказанных населению бытовых услуг, несколько превышавшая в 2001 г. 1/5, в 2019 г. приблизилась к 1/3.

Далее, как уже было отмечено, россияне стали больше следить за своим внешним видом, что привело к росту спроса, в частности, на услуги парикмахерских, доля которых в общем объеме бытовых услуг в исследуемом периоде увеличилась более, чем в 2 раза.

Более чем десятикратный рост доли услуг по прокату объясняется развитием, особенно быстрым в 2010-е годы в крупных городах, в первую очередь в Москве, каршеринга.

Однако самым интересным, на наш взгляд, является снижение доли тех услуг, которые были востребованы в условиях советской экономики и присущего ей тотального дефицита потребительских товаров. Потребитель, купивший ту или иную бытовую технику, знал, что при выходе последней из строя он не сможет одновременно приобрести ей замену, будет вынужден обращаться в службы по ремонту. Похожая ситуация складывалась также в отношении обуви и одежды. В последнем случае ремонт сочетался с так называемым индивидуальным пошивом, когда пошивочные ателье реализовывали заказы на изготовление по выкройкам модной одежды, хотя в целом это практически не влияло на расширение соответствующего рынка.

В рыночной экономике при отсутствии дефицита предложения новых товаров потребность в ремонтных работах снизилась, тем более что его стоимость стала сопоставимой с ценой новой техники и одежды. В результате доля услуг по ремонту и пошиву швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонту, пошиву и вязанию трикотажных изделий в 2001–2019 гг. сократилась в 3,5 раза; доля услуг по ремонту, окраске и пошиву обуви – в 2,3 раза, а доля услуг по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, а также ремонту и изготовлению металлоизделий – в 1,8 раза (табл. 5).

Тем не менее не во всех случаях снижение доли тех или иных видов бытовых услуг было связано с имевшим место изменением спроса на рынке. Иногда это было обусловлено техническим прогрессом, прежде всего переходом на цифровые технологии. Так, именно последнее стало фактором снижения в 2,4 раза доли предоставленных населению услуг фотоателье (табл. 5).

При этом заметно варьировали масштабы увеличения цен на бытовые услуги населению. Если на такую востребованную услугу, как удостоверение завещания в нотариальной конторе, цены выросли более, чем в 21 раз (с 92,1 руб. в декабре 2000 г. до 1939,4 руб. в декабре 2020 г.), то на ставшую маловостребованной печать цветных фотографий – всего в 3,4 раза (с 3,6 до 12,1 руб. за одну фотографию) [Средние потребительские цены ..., 2022]. Выше средней оказался рост цен на такие популярные в новых условиях в экономике и обществе услуги, как, например, занятия в группах общей физической подготовки – в 13,8 раза (со 156,2 до 2149,6 руб. в месяц), – и в плавательных бассейнах – в 12,3 раза (со 175,1 до 2159,7 руб. в месяц), а также стрижка модельная в женском зале – в 11,1 раза (с 51,7 до 576,4 руб.) [Средние потребительские цены ..., 2022].

### **Субъективное восприятие: опросы населения по вопросам потребления**

В качестве источника информации о совершаемых россиянами покупках и структуре их расходов было использовано выборочное обследование бюджетов домашних хозяйств, которое проводится Росстатом с квартальной периодичностью. В статье использованы результаты обследований за 2010 и 2019 гг. К сожалению, эти данные не могут быть непосредственно сопоставлены с

данными статистики продаж из-за несовпадения позиций, по которым ведется наблюдение, но они пригодны для мониторинга структурных изменений на продолжительном временном интервале (табл. 6).

Таблица 6

### Структурные изменения потребительских расходов населения Российской Федерации\*

Статья расходов	Доля в потребительских расходах, %		Изменение в 2010–2019 гг., п.п.
	2010 г.	2019 г.	
Продукты питания, безалкогольные напитки	29,6	29,7	0,1
Транспорт	14,9	16,1	1,2
Жилищно-коммунальные услуги	11,3	10,8	–0,5
Отдых, культурные мероприятия	6,8	8,4	1,6
Предметы домашнего обихода, бытовая техника, уход за домом	6,2	5,3	–0,9
Связь	3,8	3,1	–0,7
Гостиницы, кафе, рестораны	3,4	3,5	0,1
Здравоохранение	3,2	3,8	0,6
Транспортные услуги	3,1	2,3	–0,8
Алкогольные напитки, табачные изделия	2,4	3,0	0,6
Образование	1,3	0,9	–0,4
Другие товары и услуги	6,2	7,1	–0,9

\* Источник : [Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств, 2019].

Как и в случае с данными статистики розничной торговли и предоставления платных услуг населению, логичным выглядит повышение в структуре расходов домохозяйств доли средств, направляемых на финансирование отдыха в различных его формах, и на здравоохранение. Аналогично коррелирует с полученными ранее данными снижение доли расходов на транспортные услуги и связь, бытовую технику и предметы домашнего обихода. Рост доли расходов на алкоголь и табачные изделия при снижении абсолютных объемов их потребления был уже объяснен выше опережающим ростом цен на них.

Обследования бюджетов домашних хозяйств дают возможность провести анализ структуры их расходов в различных категориях домохозяйств. Например, существенными являются расхождения между потреблением домохозяйств в городской и сельской местности, что объясняется особенностями их повседневной жизнедеятельности. Это наглядно демонстрируют следующие данные (табл. 7).

Представленные данные служат дополнительным подтверждением того факта, что сельское население страны в среднем имеет более низкий уровень доходов по сравнению с городским населением. Доля в бюджетах сельских домохозяйств расходов на приобретение продуктов питания почти на  $\frac{1}{4}$  выше, чем в бюджетах домохозяйств в городах (условная граница бедности оценивается гражданами как доля расходов на питание в семейном бюджете не менее 40%, в т.ч. граница нищеты – не менее 60%) [Социологи: половина городских семей считают себя бедными ..., 2021].

Соответственно меньшая доля бюджетов в целом расходуется на приобретение непродовольственных товаров и оплату услуг.

Таблица 7

**Структура потребительских расходов населения в городских и сельских поселениях Российской Федерации в 2019 г., %\***

Статья расходов	Домашние хозяйства, проживающие в:		Гр. 2 – гр. 3, п.п.
	городской местности	сельской местности	
1	2	3	4
Организация отдыха и культурные мероприятия	9,3	4,4	4,9
Гостиницы, кафе и рестораны	3,9	1,6	2,3
Транспортные услуги	2,4	1,7	0,7
Транспорт	16,2	15,7	0,5
Одежда и обувь	8,2	8,0	0,2
Образование	0,9	0,8	0,1
Здравоохранение	3,8	3,7	0,1
Связь	3,0	3,9	-0,9
Предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом	5,2	5,9	-0,7
Алкогольные напитки, табачные изделия	2,9	3,3	-0,4
Жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива	10,8	10,9	-0,1
Продукты питания и безалкогольные напитки	28,5	35,5	-7,0
Другие товары и услуги	7,3	6,3	-1,0

\* Источник : [Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств, 2019].

Как неоднократно отмечалось, город предоставляет больше возможностей для проведения досуга. Доля расходов на оплату проживания в гостиницах (прежде всего во время совершения туристских поездок), питание в кафе и ресторанах в городских домохозяйствах в рассматриваемый период в 2,4 раза больше, чем в сельских, а на оплату отдыха и участия в культурных мероприятиях – в 2,1 раза. При таком положении логично, что в сельских домохозяйствах доля расходов на приобретение алкогольных напитков и табачных изделий несколько (на 13,8%) выше, чем в домохозяйствах в городах (табл. 7).

### Заключение

За первые два десятилетия XXI в. в структуре потребления россиян произошли заметные изменения, что подтверждается как статистикой торговли, так и результатами обследований бюджетов домохозяйств. Эти изменения были обусловлены четырьмя основными причинами – во-первых, постепенным переходом к более рациональной структуре питания и уменьшению масштабов распространения так называемых вредных привычек (употребление алкоголя и табакокурение). Второй причиной стал переход на цифровые технологии, которые уменьшили спрос на многие виды технических средств и бытовых услуг, сместив их на периферию потребления (например, упоминавшиеся выше услуги фотопечати).

Третьей причиной послужило насыщение потребительского рынка и относительное удешевление ранее дефицитных одежды, обуви и бытовой техники. Естественно, в этих условиях потребителю стало выгоднее приобретать новую вещь, а не ремонтировать старую, как это было ранее.

В-четвертых, в исследуемом периоде существенно расширились возможности досугового времяпрепровождения и увеличились предложения поставщиков соответствующих услуг, равно как и спрос на них (туристские и экскурсионные поездки, культурные мероприятия и т.п.).

Можно констатировать, что в два первых десятилетия XXI в. в России сформировалось современное общество потребления, существование которого в советский период было невозможно ввиду хронического дефицита товаров и услуг на потребительском рынке. Формирование общества потребления сопровождалось трансформацией потребительского поведения населения страны, его привыканием к новым практикам потребления (использование кредитных ресурсов, регулярное обновление автомобилей, бытовой техники и гаджетов). Однако при этом из-за достаточно высокого уровня бедности в стране «цена входа» в общество потребления для части населения оказалась чрезмерной, и в настоящее время новые стереотипы потребления распространились не на все слои.

Те изменения, которые происходят в настоящее время в экономике России, на наш взгляд, не приведут к разрушению общества потребления. Изменение номенклатуры товаров и услуг, представленных на потребительском рынке, уход одних их поставщиков и приход других, возможное снижение качества отдельных товаров и услуг не являются существенными для общества потребления.

Результаты предстоящих в ближайшей, равно как и скорее всего, в среднесрочной перспективе исследований трансформации структуры потребления российских домохозяйств во многом будут отличаться от тех, которые были получены до настоящего времени. Основное отличие состоит в том, что в условиях санкционной политики и ухода с российского рынка многих поставщиков товаров и услуг изменение потребления может произойти практически одномоментно, а не в течение десятилетий, как это было ранее. Оценка значимости возможных изменений и их устойчивости (необратимости) в сформировавшемся в России обществе потребления станут интересной исследовательской задачей.

### Список литературы

1. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств. Статистический бюллетень // Федеральная служба государственной статистики. – 2019. – URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13271> (дата обращения: 27.06.2022).
2. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств. Статистический бюллетень // Федеральная служба государственной статистики. – 2010. – URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13271>
3. Российский статистический ежегодник 2020 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2021. – 697 с. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994> (дата обращения: 27.06.2022).
4. Смирнов С.Н. Влияние пандемии COVID-19 на потребительский рынок России : статистический анализ // Социальные новации и социальные науки. – 2020. – № 2. – С. 149–159.

5. Социальное положение и уровень жизни населения России : статистический ежегодник // Федеральная служба государственной статистики. – 2021. – 375 с. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13212> (дата обращения: 27.06.2022).
6. Социально-экономическое положение России. Доклад // Федеральная служба государственной статистики. – 2020. – URL: [https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b20\\_01/Main.htm](https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b20_01/Main.htm) (дата обращения: 27.06.2022).
7. Средние потребительские цены (тарифы) на товары и услуги // ЕМИСС. Государственная статистика. – 2022. – URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 12.08.2022).
8. Социологи: половина городских семей считают себя бедными, восьмая часть – нищими // Новые Известия. – 2021. – 28.09. – URL: <https://newizv.ru/news/economy/28-09-2021/sotsiologi-polovina-gorodskih-semey-schitayut-sebya-bedny-mi-vosmaya-chast-nischimi> (дата обращения: 12.08.2022).

## THE TRANSFORMATION OF CONSUMPTION OF THE RUSSIAN POPULATION: HOW SIGNIFICANT ARE THE CHANGES?

Sergey Smirnov

DrS (Econ. Sci.), Head of the Centre for Social Programmes and Risks Analysis, Institute for Social Policy, National Research University “Higher School of Economics”, Leading Researcher at the Department of economics, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

**Abstract.** *The economic transformation in Russia since 1992 have affected various aspects of society. One of the statistically significant was the change in the structure of consumption of the country's population. These changes were caused not only by the formation of a fundamentally new consumer market for the country with the absence of the phenomenon of scarcity, but also by advances in technology (digitalization), as well as the expansion of producers and the supply of new goods and services. The shifts in the consumption of the country's population during the first two decades of the 21 st century, as confirmed by trade statistics and household budget surveys, are generally assessed positively. The identification and assessment of possible changes in consumer behavior of households under the sanctions policy are relevant in the coming period.*

**Keywords:** *consumption structure; households; trade statistics; household budget surveys; food products; non-food products; paid services.*

**For citation:** Smirnov S.N. The transformation of consumption of the Russian population: How significant are the changes? // Social Novelties and Social Sciences. – 2022. – № 3. – P. 49–73.

URL: <https://sns-journal.ru/ru/archive/>

DOI: 10.31249/snsn/2022.03.03