

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ



DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-153-164
EDN: AFIJIC

АДАПТАЦИЯ РОССИЙСКИХ СЕМЕЙ К УСЛОВИЯМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Корчагина И. И.^{1,2*}, Прокофьева Л. М.^{1,2}

¹ИСЭПН ФНИСЦ РАН

(117218, Россия, Москва, Нахимовский проспект, 32)

²НИУ «Высшая школа экономики»

(101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, 20)

*E-mail: ikorchagina@hse.ru

Для цитирования:

Корчагина И. И., Прокофьева Л. М. Адаптация российских семей к условиям потребительских ограничений // Народонаселение. — 2024. — Т. 27. — № 3. — С. 153-164. DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-153-164; EDN: AFIJIC

Аннотация. Данная работа посвящена оценке влияния экономических санкций 2022 г. на потребительское поведение населения. Исследованы направления формирования адаптационных стратегий и представления населения о собственных возможностях по улучшению материального положения семьи. Информационной базой послужил социологический опрос НИУ «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) «Готовность к переменам», проведенный в сентябре-октябре 2022 г., с выборкой 6000 респондентов. Показано, что для большинства респондентов адаптация к новым условиям выражается в стратегии экономии и снижении стандартов потребления. Главными факторами, ограничивающими потребительский спрос в условиях экономических санкций, стали возросшая цена и физическая недоступность определенных товаров в магазинах и на интернет-площадках. Выбирая стратегию экономии, население в первую очередь отказывается от покупок, обеспечивающих потребности высокого порядка — сокращает траты на путешествия и поездки, одежду и развлечения. Снизилась доступность для населения товаров длительного пользования с высокой импортной составляющей: электроники, бытовой техники, автомобилей и т.д. Критическим становится для населения отсутствие возможности оплатить товары, связанные со здоровьем, и в частности, вынужденное ограничение покупок лекарственных средств. Однако население демонстрирует оптимистический взгляд на своё будущее и видит перспективы улучшения материального положения семьи в собственных активных действиях, связанных с увеличением трудовой занятости. Респонденты декларируют стратегии поиска дополнительной работы, приработков, получения новой специальности или дополнительного образования по нынешней специальности. В конечном итоге формируется оптимальная модель поведения, основанная, с одной стороны, на режиме экономии, а с другой — на активной трудовой и образовательной деятельности, что является наиболее конструктивным способом адаптации к меняющимся условиям жизни.

Ключевые слова: экономические санкции, социально-экономическая адаптация, потребительские ограничения, стратегии экономии, пассивная и активная адаптация.

© Корчагина И. И., Прокофьева Л. М., 2024

Введение

Масштабные санкции против России в 2022 г. стали серьёзным испытанием для всей экономической системы и наложились на проблемы, возникшие в период пандемии [1]. Существенные ограничения отразились на работе финансового сектора, привели к смене рынков экспорта и импорта, а массовый уход международных компаний привёл к потере рабочих мест в отдельных сегментах экономики. По данным Йельского университета, в России на конец 2022 г. более 1 тыс. иностранных компаний сократили свою деятельность или покинули Россию¹. По мнению некоторых исследователей, с учётом высокой зависимости отечественной экономики от импорта, именно снижение импорта выступает для неё ключевой угрозой [2]. Российская экономика долгие годы зависит от конъюнктуры сырьевых рынков, в частности от цены на нефть, а динамика российских экономических показателей в значительной мере объясняется как сырьевыми шоками, так и шоками глобального спроса [3].

Результаты опроса «Последствия введения санкций для российского бизнеса» Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП, ноябрь 2022) показали, что около половины компаний, принявших участие в опросе, считали, что экономические санкции оказывают негативное влияние на деятельность предприятий. Причём треть респондентов полагали, что влияние оказывают не только санкции со стороны западных стран, но и ответные санкции со стороны России. Наиболее критичным для российского бизнеса стал рост цен на сырьё, оборудование, комплектующие (об этом заявили 65% респондентов). Кроме этого, отмечалось снижение доступности кредитов (49%), уменьшение инвестиций (35%), невозможность оснастить организацию новым оборудованием, технологиями (29%). Причём возможности импор-

тозамещения в «своей» отрасли отрицали 40% респондентов и, соответственно, 60% считали, что такие возможности есть².

Несмотря на то, что масштабные ограничения проходят довольно болезненно, сокращение экономической активности оказалось меньше, чем предполагалось — объем ВВП России в 2022 г. составил 98,8% относительно 2021 года³. Вместе с тем, исследования показывают существенную дифференциацию регионов страны с точки зрения последствий введённых санкций: с первых месяцев санкционного кризиса сильнее пострадали регионы, связанные с глобальным рынком (экспортёры углеводородного сырья и металлов, регионы обрабатывающих отраслей с высокой долей импортных комплектующих). Ожидалось, что уровень безработицы к концу 2022 г. может увеличиться в полтора-два раза, и максимальными будут риски для регионов с промышленной структурой экономики⁴. Однако, по итогам 2022 г. безработица в стране была на историческом минимуме (3,9%)⁵, ввиду того, что российский рынок труда реагирует на последние кризисы ростом не столько безработицы, сколько неполной занятости [4]. В регионах, ориентированных на ОПК, наблюдается рост промышленного производства [5].

Статистика доходов населения также показывает минимальное снижение: реальные денежные доходы населения за три квартала 2022 г. сократились лишь на 1,7%, а в целом за 2022 г. — на 1%. Положительную роль сыграли существенные меры государственной поддержки. Уже в 2023 г. наметилась тенденция на рост доходов — в третьем квартале реальные денежные доходы населения выросли на 4,9% к пре-

¹ Over 1,000 Companies Have Curtailed Operations in Russia – But Some Remain – URL: <https://som.yale.edu/story/2022/over-1000-companies-have-curtailed-operations-russia-some-remain> (дата обращения: 22.12.2023).

² В анкетировании по данной теме приняли участие 55 компаний. – URL: <https://rsp.ru/activity/analytics/rezultaty-oprosa-posledstviya-vvedeniya-sanktsiy-dlya-rossiyskogo-biznesa/> (дата обращения: 22.12.2023).

³ Росстат: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts#> (дата обращения: 04.02.2024).

⁴ Рынок труда в новых экономических условиях // ЦСР, март 2022 года. – URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/9c7/710k2zf8hnufe4qu1o8oowwz4ap8sk71.pdf> (дата обращения: 04.02.2024).

⁵ Росстат: [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force# (дата обращения: 22.02.2024).

дыдущему периоду⁶. Что касается влияния санкций на отрасли экономики, непосредственно касающиеся жизнедеятельности населения, то, по мнению экспертов, в 2022 г. самым явным индикатором остаётся сокращение розничной торговли. Основная причина — сжатие непродовольственного сегмента на 15–17% после ухода глобальных торговых сетей и падения продаж автомобилей.

Как эти изменения в экономике отразились на потреблении российского населения и его самоощущении? Эксперты говорят об изменении поведения россиян, снижении потребительской активности, о сдвиге в структуре потребления населения в сторону продовольствия, вследствие сужения предложения непродовольственных товаров⁷. Но, в то же время, отмечают высокую приспособляемость российского населения к новым условиям жизни. При наличии потребительских ограничений каждая семья выбирает свою стратегию адаптации в соответствии с нормами, ожиданиями и собственными ресурсами, которые, в свою очередь, определяются спецификой этапа их жизни, а также существующими в этот момент историческими, культурными и социальными условиями [6, с. 124]. Россияне стараются максимизировать полезность имеющихся у них ресурсов, однако эксперты отмечают, что основная масса населения обладает низкими показателями ресурсообеспеченности [7, с. 44], поэтому традиционно реализуя комплекс адаптационных практик, в число которых входят как активные, так и пассивные способы адаптации, население, прежде всего, прибегает к стратегии экономии. Такая стратегия является самым доступным и самым распространённым способом адаптации, которая характерна для представителей любых слоёв общества, но в первую очередь их практикуют те, кто относится к наиболее уязвимым социальным группам, поскольку другие спо-

собы улучшения материального положения для них недоступны [6, с. 133].

В условиях нестабильной экономической ситуации, даже небедные слои населения отказываются от запланированных покупок не первой необходимости, сокращают траты на путешествия и поездки, одежду и развлечения, а в случае высокого инфляционного роста стоимости товаров — закупают ряд необходимых товаров впрок. Оптимизация расходов проходит по степени их насущности: траты на товары и услуги не первой необходимости сокращаются, а в жизнеобеспечивающих категориях — увеличиваются. При этом потребители становятся более экономными, и даже при выборе продовольственных товаров в большей мере учитывают фактор цены⁸. Из активных способов улучшения материального положения и адаптации к изменяющимся условиям жизни наиболее распространёнными являются трудовые стратегии — действия, связанные с увеличением нагрузки на рынке труда, активизации усилий по поиску дополнительной работы и приработков [8]. Традиционной и массовой формой адаптации выступает также использование приусадебных участков для выращивания необходимых продуктов питания [9, с. 472].

В какой степени традиционные стратегии адаптации российского населения работают в условиях санкционных ограничений? Возможность это понять предоставляют данные социологического опроса «Готовность к переменам». Проведённое по заказу НИУ ВШЭ в сентябре-октябре 2022 г., это масштабное обследование, репрезентирующее экономически активное население РФ⁹, позволяет изучить реакцию населения на изменения в обществе с учётом возник-

⁶ Росстат: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (дата обращения: 25.01.2024).

⁷ Зубаревич Н.В. Лоскутное одеяло: рукотворный кризис — 2022 в разрезе российских регионов. — URL: <https://re-russia.net/expertise/041/> (дата обращения: 22.02.2024).

⁸ Срез потребительских настроений в РФ № 1: новая реальность-2022 // РОМИР. — URL: <https://cdn1.tenchat.ru/static/vbc-gostinder/2023-01-24/264ea51e-92af-4964-a3f9-92c6197107ac.pdf> (дата обращения: 12.11.2023).

⁹ Онлайн-опрос населения «Готовность к переменам — 2022» был проведён по общенациональной выборке и включал 6100 человек в возрасте 15–72 года, проживающих в 59 субъектах РФ (886 населённых пунктов). Выборка репрезентирует экономически активное население РФ по следующим характеристикам: федеральный округ, размер населённого пункта, пол, возраст и уровень образования респондентов. Сбор данных был проведён с использованием онлайн-панели OMI с самозаполнением анкеты.

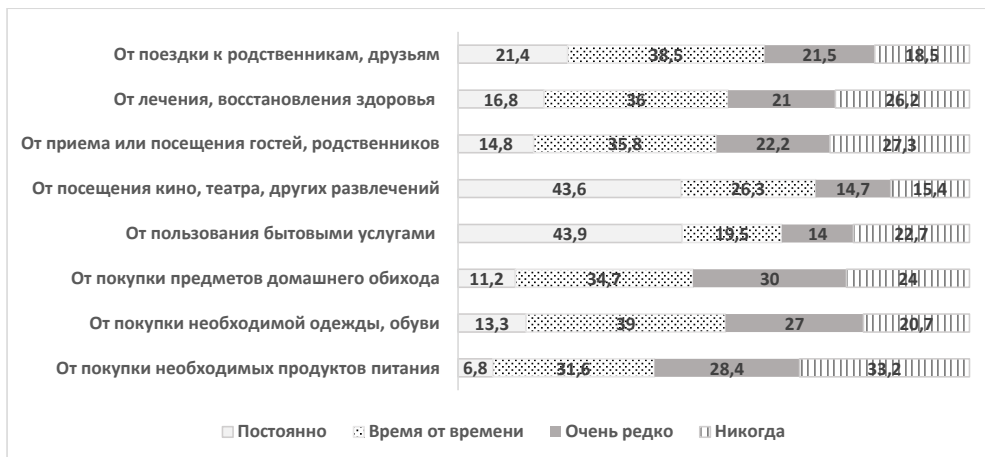


Рис. 1. Доля семей, которым последние 3 месяца приходилось отказываться от покупки товаров и услуг из-за нехватки денег (% опрошенных семей)

Fig. 1. Proportion of families who had to refuse to purchase goods and services due to lack of money in the past 3 months (% of families surveyed)

Источник: обследование «Готовность к переменам — 2022».

ших в 2022 г. ограничений. В новых нестабильных экономических условиях особого внимания заслуживает анализ не только трансформации потребительского поведения, но также восприятия населением изменений, происходящих на российском рынке товаров и услуг.

Стратегии экономии в условиях потребительских ограничений

В условиях ухудшения экономической ситуации, как правило, первой реакцией населения становится сокращение расходов на товары и услуги, и даже полный отказ от части покупок, причём в режим экономии включается абсолютное большинство россиян, независимо от материального и социального статуса [10]. Привыкание к новым экономическим условиям происходит в режиме снижения стандартов потребления, при котором все средства тратятся на базовые потребности, а удовлетворение потребностей свободного выбора ограничивается. В 2022 г. российские домохозяйства в очередной раз столкнулись с экономической нестабильностью, что от-

разилось на потребительском поведении. В обследовании «Готовность к переменам» степень экономии и сокращения различных потребительских расходов измеряется частотой отказа от покупки товаров и услуг из-за нехватки денег в диапазоне от «постоянно» до «никогда», включая два промежуточных варианта «время от времени» и «очень редко»¹⁰.

Доля семей, которым постоянно в течение последних трех месяцев приходилось отказываться от потребления из-за нехватки денег, фиксируется по всем потребительским позициям. Часть семей вынуждена отказываться от базовых товаров: 7% — от покупки необходимых продуктов питания, 13% — покупки необходимой всем членам семьи одежды и обуви, и ещё 11% — от покупки необходимых предметов домашнего обихода (рис. 1).

¹⁰ Анализировался вопрос: «Приходилось ли Вам (Вашей семье) за последние три месяца отказываться от чего-то из нижеперечисленного, потому что Вам не хватало денег?» В данном случае мы фиксируем общие тенденции в структуре потребления обследуемых семей через частотность сокращения или ограничения потребления (постоянно, время от времени, очень редко, никогда), но не можем определить размер экономии на потреблении.

Однако чаще отказы фиксируются при удовлетворении потребностей более высокого порядка — на отдых и посещения культурных мероприятий. Из-за нехватки денег в 2022 г. постоянно отказывались от развлечений (посещения кино, театров и подобного) 44% семей. Также высока доля тех, кто отказывается от пользования бытовыми услугами (прачечная, химчистка и прочее). Серьёзным ограничением для населения является экономия на лечении и восстановлении здоровья. С отсутствием возможности оплатить услуги, связанные со здоровьем, постоянно сталкиваются 17% семей, а время от времени — 36%.

В той или иной степени, стратегию экономии использует большинство семей. Например, от покупки необходимых продуктов питания, хоть и не постоянно, а «время от времени» или даже «очень редко», но отказывались из-за нехватки средств 60% опрошенных семей, а от покупки необходимой одежды и обуви «иногда» приходилось отказываться 66% семей. Доля ответов «никогда не приходилось отказываться от перечисленных элементов потребления в течение последних 3-х месяцев» даже по продуктовым агрегатам, составляет треть. Свободно имели возможность тратить средства на лечение и восстановление здоровья только каждое четвёртое домохозяйство. Если же рассматривать возможность удовлетворения потребностей самого высокого порядка, например, на досуг и развлечения, то никогда не отказывались от посещения культурно-развлекательных мероприятий в этот период только 15% домохозяйств.

Конечно, ограничения в потреблении отдельных товаров или услуг в большей или меньшей степени всегда характерно для большинства российских домохозяйств, однако в 2022 г. сложности на потребительском рынке усугубились санкционными ограничениями, что на фоне роста цен ограничило предложения по многим товарам и услугам, и тем самым изменило потребление многих семей. Влияние экономических санкций на потребительское поведение делят семьи на две почти равные и противоположные группы: тех, у кого отсутствуют какие-ли-

бо ограничения в потреблении в результате введённых санкций, и тех, кого эти санкции затронули. При этом главным фактором, ограничивающим потребительский спрос в этих условиях, для большинства домохозяйств стала возросшая цена — её в качестве причины недоступности товаров после введения санкций указали 2/3 домохозяйств, имеющих ограничения в потреблении.

Таким образом, негативное влияние санкций на потребительский рынок оценивается респондентами, прежде всего, с точки зрения роста цен на товары и услуги. Однако кроме стоимостного фактора потребительский спрос вследствие действия санкций также ограничивает физическая недоступность определённых товаров в магазинах и на интернет-площадках. Здесь важную роль играет психологический фактор — наличие у потребителей устойчивой привязанности к определённым брендам. Уход многих фирм с российского рынка ограничивает потребительское предложение, поэтому отсутствие привычных товаров в российских магазинах отметили 44% опрошенных семей, имеющих ограничения в потреблении.

Сложившиеся условия заставляют потребителей изменить привычные места приобретения товаров. Эпидемиологический кризис 2020 г. создал условия для стремительного развития интернет-торговли, однако в 2022 г. покупки на интернет-площадках стали недоступны для части товаров из-за границы. Интернет-торговля распространена в определённых кругах населения и преимущественно в крупных населённых пунктах, и не является характерной для всего населения страны, следовательно, эта причина ограничения потребительского спроса выглядит менее важной по сравнению с первыми двумя: на невозможность оплатить доступные ранее иностранные товары из России указали только 19% семей, имеющих ограничения в потреблении.

Поскольку уровень жизни является одним из основных факторов, определяющих модель потребительского поведения, то от снижения потребительского статуса в связи с санкционными ограничениями в большей степени страдают малообеспе-

ченные семьи. Высокообеспеченные семьи чаще ориентированы в своих потребительских предпочтениях на конкретные бренды, поэтому потеряли возможность покупать товары скорее не из-за роста цены, а по причине их отсутствия в продаже: 63% семей низкодоходных групп населения не могут пользоваться товарами, которые были им привычны, по причине роста их стоимости, тогда как 54% семей из высокодоходных групп отметили в качестве причины недоступности товаров прекращение их продаж в России. Роль увеличения стоимости товара или услуги как причину их недоступности гораздо реже отмечают семьи в крупных городах, чем в сельской местности (55% против 70%). При этом в качестве причины жители крупных городов чаще указывают то, что иностранные продавцы перестали поставлять определённые товары покупателям из России и, следовательно, на отсутствие этих товаров в российских магазинах (58%), тогда как эту причину недоступности товаров называют 33% сельских семей. Также на невозможность оплаты отдельных покупок на интернет-площадках чаще жалуются жители крупных городов (25% против 17% — в сёлах).

Таким образом, большинство семей, столкнувшихся с какими-либо ограничениями в потреблении в результате введённых санкций, выбирают стратегию экономии и отказ от покупок по двум основным причинам, во-первых, из-за возросшей цены, а во-вторых, из-за отсутствия физической возможности товар приобрести. Какие же товары стали недоступны населению из-за введённых санкций¹¹? Необходимо подчеркнуть, что в данном случае респонденты указывали не только потребительские товары или услуги, которые обычно покупали до введения санкций, но и те, которые они имели возможность и планировали приобрести позднее, но в настоящее время эти покупки стали недоступны. Санк-

ционное давление распространяется, прежде всего, на покупки товаров длительного пользования с высокой импортной составляющей (электроника, бытовая техника) и такие дорогостоящие товары, как автомобили, запчасти к ним и другая авто- и мототехника: 42–44% домохозяйств, имеющих ограничения в потреблении, указали на то, что эти товары стали недоступны в результате экономических санкций.

Критическим становится для населения отсутствие возможности оплатить товары, связанные со здоровьем, а именно, вынужденное ограничение покупок лекарственных средств — треть семей из группы домохозяйств, изменивших привычное потребление, имеют такую депривацию. Поездки за рубеж стали недоступны для 35% домохозяйств, отмечающих проблемы с потреблением, а каждый четвёртый имеет проблемы с благоустройством жилья: вынужденное ограничение покупок мебели и товаров для дома, а также строительных, отделочных материалов и сантехники. Проблемы с приобретением перечисленных товаров в связи с введёнными санкциями коснулись больше всего жителей крупных городов (57%) и среди них особенно семей с детьми (65%). Слабее ограничения отразились на сельских жителях (45%). Если рассматривать отдельно товарные агрегаты, например, самые насыщенные — продуктовые, то ограничение в этой области потребления больше затронуло высокообеспеченные семьи (35% против 24% семей с низкими доходами). Здесь роль играет тот набор продуктов питания, который семьи привыкли покупать. Можно предположить, что группа с высокими доходами приобретала продукты зарубежных производителей, которые перестали продаваться в стране или значительно повысились в цене.

Готовность к активным действиям по улучшению материального положения

Ограничения в потреблении негативным образом сказываются на самооощущениях респондентов — семьи, почувствовавшие ухудшение своего материально-

¹¹ Анализировался вопрос: «Потребительские товары и/или услуги, которые семьи обычно покупали и/или собирались приобрести, но они стали недоступны в результате экономических санкций от других стран?». На данный вопрос отвечают только те домохозяйства, которые испытывают проблемы с потреблением.

го положения, встречаются гораздо чаще, чем семьи, ощущающие его улучшение (41% против 23%), а каждый третий указал на стабильность материальной ситуации. Однако, несмотря на значительное число случаев ухудшения материального положения в 2022 г. подавляющее большинство респондентов имело оптимистический взгляд на своё будущее: 73% заявили о возможности семьи собственными силами изменить жизнь к лучшему. Семьи с детьми в большей степени ориентированы на собственные усилия по улучшению материального положения (79%), что не удивительно, поскольку речь идёт о респондентах молодых и средних возрастов. Мнение о собственных способностях в части улучшения материального положения существенно зависит от места проживания: в крупных городах 87% семей с детьми ощущают себя способными на это, в сельской местности — 72%.

Однако оптимистический взгляд на будущее отчасти связан с тем, что семьи хотя и испытывали определённые затруднения, но для большинства они не были критическими. Так среди домохозяйств, уверенных в своей возможности изменить жизнь к лучшему, только 7% постоянно ограничивали себя в покупках продуктов питания, в то время как, среди домохозяйств, считающих, что у них полностью отсутствует эта возможность, постоянно ограничивали себя в удовлетворении этой базовой потребности 31%. Такие существенные различия в ограничении потребления между группами «оптимистов» и «пессимистов» наблюдаются по всем товарным группам и услугам. Например, если рассмотреть доступность услуг, связанных со здоровьем, то постоянно экономили на лечении и восстановлении здоровья 13% домохозяйств, смотрящих с оптимизмом в будущее, и почти в 3 раза больше — «пессимистов» (рис. 2).

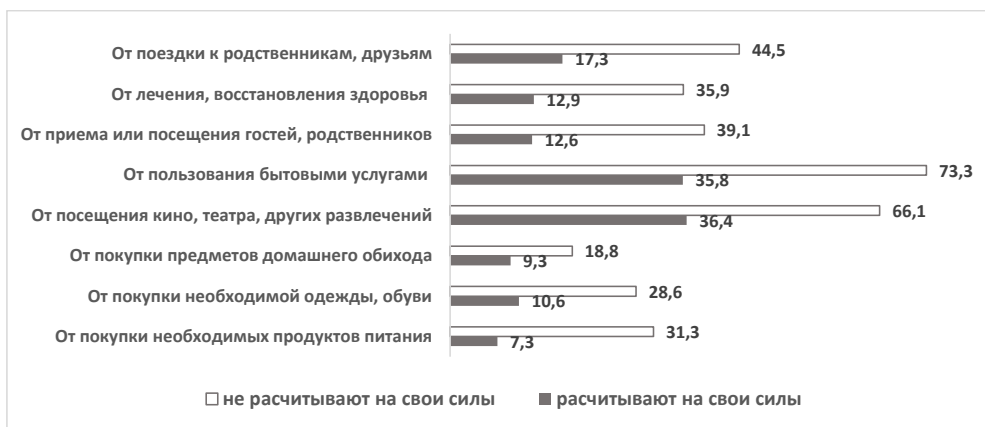


Рис. 2. Ограничения в потреблении (последние 3 месяца постоянно приходилось отказываться от покупки товаров и услуг из-за нехватки денег) среди домохозяйств, абсолютно уверенных в своей возможности изменить жизнь к лучшему, и совершенно не уверенных в этом (% от семей указанной группы)

Fig. 2. Limitations in consumption (we had to refuse to purchase constantly due to lack of money in the past 3 months) among households that are absolutely confident in their ability to change their lives for the better, and those who are completely unsure of this (% of families in this group)

Источник: обследование «Готовность к переменам — 2022».

Вера в собственные возможности отразилась в готовности большинства семей предпринять конкретные активные дей-

ствия для улучшения своего материального положения: такую решимость выразили почти 80% респондентов. Не готовы что-ли-

бо предпринимать для существенного увеличения доходов только 4% респондентов, 3% считают, что в этом нет необходимости, остальные не определились с ответом.

Активные способы адаптации связаны с увеличением трудовой занятости. Наиболее распространённой и доступной для россиян является стратегия поиска дополнительной работы, приработков — чуть более

половины респондентов заявили о желании иметь вторичную занятость. Также к числу важных направлений действий по приспособлению к трансформирующемуся российскому обществу относятся: смена места работы (30%), получение новой специальности (22%) и получение дополнительного образования по нынешней специальности (14%) — рис. 3.



Рис. 3. Что лично Вы готовы предпринять для того, чтобы доходы Вашей семьи существенно увеличились? (% опрошенных)

Fig. 3. What are you personally willing to do for your family's income increases significantly? (% of the surveyed)

Источник: обследование «Готовность к переменам — 2022».

Дополнительное профессиональное образование и получение новой специальности являются определённым капиталом, необходимым для успеха на рынке труда в новых условиях жизни. Однако здесь необходимо отметить, что активные способы адаптации готовы предпринимать преимущественно те, кто имеет для этого необходимые адаптационные ресурсы, а это в основном респонденты молодых и средних возрастов, проживающие в крупных городах, в то время как некоторые группы населения (например, пенсионеры, инвалиды) не имеют никаких адаптационных ресурсов или имеют их в минимальном размере.

К числу важных направлений действий по повышению уровня жизни можно отнести изменение образа жизни, заботу о соб-

ственном здоровье — к этим стратегиям готовы прибегнуть 17% респондентов. Обратим внимание, что для адаптации к новым условиям жизни и увеличения доходов 15% респондентов рассчитывают «подключить» нужные связи. В то же время стратегии повышения уровня жизни, связанные с активным перемещением по стране и за её пределы, не находят широкого распространения. Не так часто люди хотят менять место жительства, уезжать из дома на заработки: в качестве временной меры переезд в другие населённые пункты для подработок рассматривают 12% респондентов; переехать в другой населённый пункт России на постоянное место жительства (ПМЖ) с целью повышения уровня жизни хотели бы 11% респондентов; а переехать на ПМЖ в другую страну — только 8%.

Более активны в своей готовности к действиям семьи с детьми, и в качестве основного направления действий для увеличения своих доходов видят дополнительную занятость (больше работать, подрабатывать готовы 54% семей с детьми против 45% семей без детей) или смену работы (38% против 24%), получение нового образования (26% против 17%). Уровень образования также влияет на готовность к активным действиям — респонденты с высшим образованием говорят об этом чаще, чем лица со средним образованием и ниже. Не хотят ничего предпринимать для роста доходов чаще бедные семьи (17%), тогда как высокообеспеченные семьи о нежелании ничего делать сообщали реже (12%), указывая скорее на то, что не видят необходимости в таких усилиях.

Заключение

Последние годы российское население прошло через несколько этапов экономической нестабильности, однако события весны 2022 г. сформировали нетипичную ситуацию, при которой серьёзно пострадал потребительский рынок: с одной стороны — снизилось предложение товаров и услуг из-за санкционных ограничений, а с другой — уменьшился потребительский спрос из-за возросшей цены. В условиях экономической нестабильности меняется модель потребительского поведения, основанная, прежде всего, на режиме экономии при удовлетворении потребностей разного уровня, но в большей степени это касается потребностей высокого порядка (отдых, досуг и развлечения). Серьёзным ограничени-

ем для населения является экономия на лечении и восстановлении здоровья, вынужденное ограничение покупок лекарственных средств. Причиной недоступности товара или услуги в 2/3 случаев является возросшая цена, а для более 40% опрошенных семей — отсутствие товара в связи с введёнными санкциями.

Российские семьи остро реагируют на негативные изменения в обществе: субъективное мнение респондентов об уровне жизни указывает на рост случаев ухудшения материального положения. При ухудшении своего экономического статуса большинство россиян рассчитывают на собственные силы, при этом наряду с самой распространённой стратегией адаптации, предполагающей привыкание к новым условиям за счёт снижения стандартов потребления, российские семьи выражают готовность к активным действиям. Для повышения доходов половина опрошенных готова больше работать, искать дополнительную работу и приработки; смену работы как путь к росту доходов отметили 30% респондентов, и каждый пятый указал на готовность получить новое образование.

Таким образом, потребительские ограничения домашних хозяйств в условиях экономической неопределённости формируют оптимальную модель поведения, включающую смешанную стратегию адаптации. Комбинированная стратегия выживания основана на режиме экономии и увеличении участия респондентов в трудовой и образовательной деятельности, что является наиболее конструктивным способом адаптации к меняющимся условиям жизни.

Литература и Интернет-источники

1. **Акиндинова, Н. В.** Инфляционные вызовы периода пандемии и санкций. Уроки для будущего / Н. В. Акиндинова, В. А. Бессонов, С. Г. Пухов [и др.] // Вопросы экономики. — 2022. — № 5. — С. 5–25. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-5-5-25; EDN: KDQIAR
2. **Ушкалова, Д. И.** Внешняя торговля России в условиях санкционного давления / Д. И. Ушкалова // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2022. — № 3(55). — С. 218–226. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-14; EDN: OGZSKI
3. **Зубарев, А. В.** Оценка влияния глобальных шоков на российскую экономику в рамках факторной модели / А. В. Зубарев, К. С. Рыбак // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2022. — № 4(56). — С. 48–68. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-56-4-3; EDN: VUWBLR

4. **Гимпельсон, В. Е.** Зарплата и потоки на российском рынке труда в условиях коронакризиса / В. Е. Гимпельсон // Вопросы экономики. — 2022. — № 2. — С. 69–94. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-2-69-94; EDN: JJJWHG
5. **Зубаревич, Н. В.** Регионы России в новых экономических условиях / Н. В. Зубаревич // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2022. — № 3(55). — С. 226–234. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-15; EDN: EVVYVQ
6. **Каравай, А. В.** Действия россиян по улучшению собственного материального положения в эпоху COVID-19 / А. В. Каравай // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2021. — № 2. — С. 121–137. DOI: 10.14515/monitoring.2021.2.1837; EDN: HBVFHG
7. **Тихонова, Н. Е.** Ресурсы россиян в условиях кризиса: динамика и роль в адаптации к новым условиям / Н. Е. Тихонова, А. В. Каравай // Социологические исследования. — 2016. — № 10. — С. 43–53. EDN: WVJQXP
8. **Бессокирная, Г. П.** Социальная адаптация рабочих в трансформирующемся обществе: основные положения программы и некоторые результаты исследования / Г. П. Бессокирная, А. Л. Темницкий // Мир России. — 2000. — № 4. — С. 103–124. EDN: SNVDGD
9. **Логинов, Д. М.** Социальное самочувствие российского населения в период острой фазы эпидемиологического кризиса / Д. М. Логинов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2020. — № 6. — С. 470–487. DOI: 10.14515/monitoring.2020.6.1708; EDN: SZRTVA
10. **Аврамова, Е. М.** Адаптация населения к «новой экономической реальности» / Е. М. Аврамова, Д. М. Логинов // ЭКО. — 2018. — № 6. — С. 86–102. EDN: XPMFSP

Сведения об авторах:

Корчагина Ирина Ивановна, к.э.н., ведущий научный сотрудник, ИСЭПН ФНИСЦ РАН; ведущий аналитик Института социальной политики НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Контактная информация: e-mail: ikorchagina@hse.ru; ORCID: 0000-0002-6947-4541; РИНЦ SPIN-код: 4812–9100.

Прокофьева Лидия Михайловна, к.э.н., ведущий научный сотрудник, ИСЭПН ФНИСЦ РАН; ведущий аналитик Института социальной политики НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Контактная информация: e-mail: lprokofieva@hse.ru; ORCID: 0000-0001-5704-7617; РИНЦ SPIN-код: 3470–3092.

DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-153-164

RUSSIAN FAMILIES' ADAPTATION TO THE CONDITIONS OF LIMITED CONSUMPTION

Irina I. Korchagina^{1,2*}, Lidia M. Prokofieva^{1,2}

¹*ISESP FCTAS RAS*

(32 Nakhimovsky prospect, Moscow, Russia, 117218)

²*Higher School of Economics*

(20 Myasnitskaya str., Moscow, Russia, 101000)

**E-mail: ikorchagina@hse.ru*

For citation:

Korchagina I. I., Prokofieva L. M. Russian families' adaptation to the conditions of limited consumption. *Narodonaselenie [Population]*. 2024. Vol. 27. No. 3. P. 153–164. DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-153-164 (in Russ.)

Abstract. This work is devoted to assessing the impact of economic sanctions in 2022 on the adaptive behavior of the population. The author examines directions of the adaptation strategies of people and their ideas about the opportunities to improve the financial situation of family. The information base is the representative sociological survey of the National Research University Higher School of Economics «Readiness for Change», conducted in September–October 2022 with a sample of 6,000 respondents. It is shown that adaptation of most respondents to new conditions is expressed in saving strategies and lowering consumption standards. In a such situation, adaptation means getting used to new conditions by reducing consumption standards for the majority of people. The main factors limiting consumer demand in the conditions of economic sanctions were the increased prices and unavailability of certain goods in stores and on Internet sites. According to the savings strategy, people reduce spending on travel, expensive clothing and entertainment. The availability of durable goods with a high import component has decreased: electronics, household appliances, cars, etc. The inability to pay for health-related purchases is becoming critical for the population. It should be noted that people perceive their future economic situation with optimism. For improving their financial situation, they plan to use active forms of adaptation related to increased employment. They declare strategies for finding additional work, obtaining a new specialty or additional education in the current specialty.

Keywords: economic sanctions, socio-economic adaptation, limited consumption, savings strategy, passive and active adaptation.

References and Internet sources

1. Akindinova N. V., Bessonov V. A., Pukhov S. G., Safonov I. N., Smirnov S. V. Inflation challenges of the pandemic period and sanctions. Lessons for the future [Inflation challenges of the pandemic period and sanctions. Lessons for the future] *Voprosy ekonomiki [Economic Issues]*. 2022. No. 5. P. 5–25. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-5-5-25 (in Russ.)
2. Ushkalova D. I. Vneshnyaya trgovlya v Rossii v usloviyakh sanktsionnogo davleniya [Russia's foreign trade under sanctions pressure]. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii [Journal of the New Economic Association]*. 2022. No. 3 (55). P. 218–226. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-14 (in Russ.)
3. Zubarev A. V., Rybak K. S. Otsenka vliyaniya global'nykh shokov na rossiyskuju ekonomiku v ramkakh faktornoy modeli. [The impact of global shocks on the Russian economy: FAVAR approach] *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii [Journal of the New Economic Association]*. 2022. No. 4 (56). P. 48–68. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-56-4-3 (in Russ.)
4. Gimpelson V. E. Zarplata i potoki na rossiyskom rynke truda v usloviyakh koronakrizisa [Wages and labor market flows in times of the corona crisis]. *Voprosy ekonomiki [Economic Issues]*. 2022. No. 2. P. 69–94. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-2-69-94 (in Russ.)
5. Zubarevich N. V. Regiony Rossii v novykh ekonomicheskikh usloviyakh [Regions of Russia in the new economic conditions]. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii [Journal of the New Economic Association]*. 2022. No. 3 (55). P. 226–234. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-55-3-15 (in Russ.)
6. Karavay A. V. Deystviya rossiyan po uluchsheniyu sobstvennogo material'nogo polozheniya v epokhu COVID-19 [The behavior of Russians aimed at improving their financial situation in the era of COVID-19]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]*. 2021. No. 2. P. 121–137. DOI: 10.14515/monitoring.2021.2.1837 (in Russ.)
7. Tikhonova N. E., Karavay A. V. Resursy rossiyan v usloviyakh krizisa: dinamika i rol' v adaptatsii k novym usloviyam [Resources of Russians in times of crisis: dynamics and role in adaptation to new conditions]. *Sotsiologicheskkiye issledovaniya [Sociological Studies]*. 2016. No. 10. P. 43–53. (in Russ.)
8. Bessokirnaya G. P., Temniktsky A. L. Sotsial'naya adaptatsiya rabochikh v transformiruiushchemsya obshchestve: osnovnyye polozeniya programmy i nekotorye rezultaty issledovaniya [Social adaptation of workers in the transforming society: main provisions of the program and some research results]. *Mir Rossii [Universe of Russia. Sociology. Ethnology]*. 2000. No. 4. P. 103–124. (in Russ.)

9. Loginov D. M. Sotsial'noye samochuvstviye rossiyskogo naseleniya v period ostroy fazy epidemiologicheskogo krizisa [Social well-being of the Russian population during the acute stage of the epidemiological crisis]. Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny [*Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*]. 2020. No. 6. P. 470–487. DOI: 10.14515/monitoring.2020.6.1708 (in Russ.)
10. Avraamova E. M., Loginov D. M. Adaptatsiya naseleniya k novoj ekonomicheskoj realnosti [The population adaptation to the new economic reality]. EKO [ECO]. 2018. No. 6. P. 86–102. (in Russ.)

Information about the authors:

Korchagina Irina Ivanovna, Candidate of Economics, Leading Researcher, ISESP FCTAS RAS; Analyst, Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Contact information: e-mail: i.korchagina@mail.ru; ORCID: 0000-0002-6947-4541; Elibrary SPIN-code: 4812–9100.

Prokofieva Lidia Mikhaylovna, Candidate of Economics, Leading Researcher, ISESP FCTAS RAS; Analyst, Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Contact information: e-mail: lprokofieva@hse.ru; ORCID: 0000-0001-5704-7617; Elibrary SPIN-code: 3470–3092.

Статья поступила в редакцию 29.02.2024, утверждена 12.08.2024, опубликована 30.09.2024.