

Научная статья

УДК 330.567.2

<https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.1>

**Потребление как экономико-социологическая категория:
эмпирический анализ на базе статистики бюджетов домашних хозяйств**

Виктор Леннарович Шабанов

Институт аграрных проблем Российской академии наук, Саратов, Россия,
vic35@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0129-8238>

Аннотация. В статье реализуется экономико-социологический подход к интерпретации общественного феномена потребления. При этом под ним понимается обеспечение потребностей индивида и реализация его стремления сконструировать определенный образ жизни. Посредством потребительских практик-символов, становящихся привычными и рутинными, человек включается в сложившуюся систему общественных или групповых норм, правил и ценностей. На материалах обследований бюджетов домохозяйств, проведенных Росстатом, показано, что потребление продуктов и услуг, относящихся к первоочередным или обязательным (продуктов питания и ЖКУ), имеющих длительный срок использования или ставших в последние годы широко востребованными всеми домохозяйствами независимо от уровня доходов (компьютеров, смартфонов, услуг связи), является слабо дифференцированным в современном социуме. В малоимущих домохозяйствах происходит замещение морально устаревающих категорий товаров их современными аналогами; данный процесс можно рассматривать как стремление «быть в тренде», это символическое потребление. Оно обеспечивается за счет более низкой стоимости неоригинальных товаров и экономии семейного бюджета в результате отказа от «необязательных» для поддержания жизнедеятельности домохозяйства товаров и услуг, имеющих низкий символический статус.

Ключевые слова: потребление, демонстративное потребление, потребительские блага как символы, расходы, доходы, дифференциация, домохозяйство, сельское домохозяйство, ЛПХ

Для цитирования: Шабанов В.Л. Потребление как экономико-социологическая категория: эмпирический анализ на базе статистики бюджетов домашних хозяйств // Теория и практика общественного развития. 2021. № 8. С. 15–20. <https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.1>.

Original article

**Consumption as an economic and sociological category:
an empirical analysis based on household budget statistics**

Viktor L. Shabanov

Institute of Agrarian Problems of the Russian Academy of Sciences, Saratov, Russia,
vic35@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0129-8238>

Abstract. The paper implements an economic and sociological approach to the interpretation of the social phenomenon of consumption. This refers to providing for the needs of the individual and realizing his or her desire to construct a certain way of life. Through consumer practices-symbols that become habitual and routine-the individual is incorporated into the established system of social or group norms, rules and values. The household budget surveys conducted by Rosstat reveal that consumption of priority or compulsory products and services (foodstuffs and housing and public utility services), which have a long shelf life or have become widely used in recent years by all households regardless of income levels (computers, smartphones, communication services), is poorly differentiated in modern society. In low-income households, obsolete categories of goods are being replaced by their modern counterparts; this process can be considered as a desire to “be in the trend”, as a symbolic consumption. It comes at the expense of lower costs for non-original goods and savings to the family budget by avoiding goods and services of low symbolic status that are “unnecessary” to sustain the household.

Key words: consumption, demonstrative consumption, consumption goods as symbiosis, expenditure, income, differentiation, household, rural household, household plots

For citation: Shabanov V.L. Consumption as an economic and sociological category: an empirical analysis based on household budget statistics // Theory and Practice of Social Development. 2021. No. 8. P. 15–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/tpor.2021.8.1>.

Потребление, его объем и структура, определяется двумя факторами – необходимостью обеспечить разнообразные потребности индивида и его стремлением сконструировать определенный образ жизни. Первый – экономический – подход акцентирует внимание на финансовой

стороне потребления, на рациональных, а не символических свойствах потребляемых благ. Индивид делает приобретения, ориентируясь на свою биологическую, хозяйственно-бытовую, образовательную, культурно-досуговую и иную потребность в них и оптимизируя свои ограниченные финансовые ресурсы таким образом, чтобы максимизировать рациональную полезность приобретаемых благ.

Второй подход – социологический; в его рамках потребление связывается с общественной коммуникацией, с маркированием значимых черт в образе жизни, с выделением групп в системе социальной иерархии. Согласно Т. Веблену, цель потребления – демонстрация принадлежности к «праздному», или высшему, классу, идентификация себя с ним. Люди более низкого статуса своими практиками потребления стремятся подражать тем, кто занимает более высокие статусные позиции. Однако вебленовский акцент на роскоши и на выстраивании линейной статусной вертикали сужает интерпретацию потребления: в дальнейшем подход к данному общественному феномену, сформулированный Т. Вебленом в конце XIX в., был уточнен и расширен [1]. В настоящее время большее внимание уделяется личному выбору и социальным правилам: потребление рассматривается не только как механизм выстраивания социальных различий, но и как опривыченная практика следования определенным «канонам вкуса» [2], как ключевая характеристика образа жизни, который конструируется человеком с учетом личных мотивов и под влиянием социальной среды [3]. Цель индивида – посредством определенных потребительских практик включиться в сложившуюся систему норм, правил и ценностей, ставших общепринятыми в обществе в целом или в конкретной социальной среде, к которой индивид принадлежит или стремится принадлежать.

Анализ экономических аспектов потребления чаще всего проводится статистическими методами на базе данных соответствующих расходов домашних хозяйств [см., например, 4]. Социологический аспект потребления обычно исследуется качественными методами, иногда с привлечением материалов анкетных опросов [см., например, 5]. Применение в последнем случае статистического анализа объективных данных сопряжено с трудностью и неоднозначностью интерпретации результатов. Тем не менее возможное выявление некоторых особенностей в структуре расходов, противоречащих обыденным или рационально-экономическим представлениям, дает определенные основания для социологической интерпретации потребления. Такие представления, в частности, связаны с получением «необязательных» благ: их доля в структуре расходов должна уменьшаться по мере снижения доходов домохозяйства, однако если происходит иначе, то это означает выраженный символический характер блага и появление неэкономической мотивации его потребления.

Как правило, потребительские блага группируют в обобщенные категории – «продукты питания», «непродовольственные товары», «услуги» и др. Первые из указанных обеспечивают первоочередную потребность человека в физическом выживании и могут быть рассчитаны в базовых и легко сравнимых показателях объема жиров, белков, углеводов, калорий, витаминов и др. Это делает продукты питания удобной категорией для анализа потребления.

Довольно часто исследователи подчеркивают, что питание бедных по пищевой и энергетической ценности балансирует на грани рекомендованной физиологической нормы [6]. В то же время сравнительный анализ питания членов домохозяйств с низким и высоким уровнем дохода показывает сближение базовых характеристик [7]. Действительно, результаты обследования бюджетов домашних хозяйств по итогам 2019 г. свидетельствуют о сравнительно небольшой разнице в пищевой и энергетической ценности продовольствия, потребляемого относительно богатыми и относительно бедными, составляющими X и I децильные группы доходности*: 21-39 % – по углеводам и калориям (против 52–68 % в 2006 г.), 55–63 % – по белкам и жирам (против 81–92 % в 2006 г.) [8]. Согласно данным специального выборочного наблюдения рациона питания, проведенного Росстатом в 2018 г., разница в пищевой и энергетической ценности потребляемого продовольствия между взрослыми (14 лет и старше) индивидами из укрупненных V и I квинтильных групп доходности еще меньше: по калориям – 8,3 %, по белкам и жирам – 18–19 %, по витаминам – 11–46 %, по большинству минеральных веществ – 18–29 % [9]. Сравнительно небольшая разница между богатыми и бедными по энергетической и пищевой ценности потребляемого продовольствия свидетельствует о том, что потребность в питании удовлетворяется людьми наиболее полно во всех группах населения и слабо зависит от уровня их доходов.

При переходе от базовых элементов к продуктам питания картина становится более дифференцированной: необходимый уровень энергетической и пищевой ёмкости обеспечивается по-разному и более существенно зависит от доходов. Даже приведенные выше данные по белкам,

* Квинтильные и децильные группы доходности образуются путем деления всей совокупности индивидов, упорядоченных по величине среднедушевых располагаемых ресурсов (суммы денежного и натурального доходов, направленных на финансирование расходов и сбережений), соответственно на 5 и 10 равных по численности групп.

жирам, витаминам, микроэлементам позволяют предположить, что наибольший вклад в дифференциацию потребления между богатыми и бедными вносят мясо- и молокопродукты, овощи и фрукты. Данные по конкретным категориям продуктов, приведенные в таблице 1 (столбцы 2–4), подтверждают это предположение.

При падении доходов меньше всего снижается потребление хлеба и картофеля – наиболее дешевых продуктов, а также широко востребованных и незаменимых сахара, растительного масла, яиц. Больше всего снижается потребление мясо-, молоко- и рыбопродуктов, овощей, фруктов как наиболее дорогостоящих продуктов, конкретными видами которых можно достаточно широко варьировать с целью снижения расходов. Очевидно, в низкодоходных группах населения происходит замещение дорогих видов продовольствия более дешевыми, но при этом в целом сохраняется достаточный объем пищевой и энергетической ценности. Исключение из этой закономерности в некоторых аспектах составляет сельское население: несмотря на более низкие, чем в городе, доходы, его потребление некоторых продуктов питания (в частности, мяса, молока, овощей) оказывается сравнимым с городским или превышающим его, что объясняется наличием личного подсобного хозяйства (ЛПХ) и активного натурального обмена, обеспечивающих около 21 % общей стоимости домашнего питания сельских домохозяйств [10].

В то же время, независимо от места проживания, такое замещение не приводит к отказу от какой-либо категории продуктов: потребление продовольствия по всем основным видам остается слабоэластичным, если оценивать его в стоимостных показателях (см. табл. 1, столбцы 5–7). Так, разница в среднедушевых расходах между X и I группами доходности составляет 2,6–2,8 раза по хлебопродуктам и картофелю, до 4,8–6,1 раза по овощам, бахчевым и рыбопродуктам, в то время как разница в суммарных среднедушевых потребительских расходах составляет 10,2 раза. Отметим, что расходы на мясопродукты – наиболее дорогостоящую категорию – разнятся несильно, всего в 3,5 раза.

Таблица 1 – Потребление и потребительские расходы на продукты питания в домашних хозяйствах, 2019 г. [11]

Категории продуктов питания	Потребление, кг на члена домохозяйства в год			Потребительские расходы, руб. на члена домохозяйства в год		
	Группы доходности		Отношение X к I, %	Группы доходности		Отношение X к I, раз
	I	X		I	X	
- 1 -	- 2 -	- 3 -	- 4 -	- 5 -	- 6 -	- 7 -
Хлеб и хлебные продукты	88,9	92,2	103,8	6 108	15 828	2,6
Картофель	50,3	59,5	118,2	480	1 356	2,8
Овощи и бахчевые	68,0	126,0	185,3	1 908	9 240	4,8
Фрукты и ягоды	42,9	100,7	234,4	2 040	8 832	4,3
Мясо и мясные продукты	58,9	108,8	184,9	8 136	28 668	3,5
Молоко и молочные продукты	173,1	324,3	187,3	5 100	17 280	3,4
Яйца, шт.	175	280	159,6	588	1 476	2,5
Рыба и рыбные продукты	13,8	28,0	202,9	1 644	9 996	6,1
Сахар и кондитерские изделия	24,8	31,5	127,0	2 208	6 600	3,0
Масло растительное и другие жиры	9,1	11,1	121,2	624	1 524	2,4
Потребительские расходы, всего	–	–	–	66 300	678 468	10,2

Таким образом, среднее домохозяйство каждой из десяти групп доходности полностью покрывает, как минимум, свои базовые потребности в продовольствии. Возможность экономии на покупке продовольствия для домашнего питания носит весьма ограниченный характер.

В то же время питание вне дома является одной из наиболее высокоэластичных услуг, на которую домохозяйства X группы тратят в 45 раз больше, чем домохозяйства I группы [12]. Поскольку данная услуга не является «обязательной» или «символической», то расходы на нее можно свести к минимуму, обеспечив потребность в пище расширением сферы домашнего питания.

Потребление непродовольственных товаров и услуг в большей степени дифференцировано по группам доходности. Начнем с анализа наличия в домохозяйствах предметов длительного пользования. Данный показатель анализируется Росстатом в рамках ежегодных бюджетных обследований в течение многих лет, что позволяет оценить динамику распространения в домохозяйствах предметов длительного пользования, являющихся наиболее дорогостоящей категорией непродовольственных товаров (табл. 2).

Таблица 2 – Наличие некоторых предметов длительного пользования, в среднем на 100 домохозяйств [13]

Предметы длительного пользования	2010		2015		2019	
	I	X	I	X	I	X
Холодильник	103	109	103	112	104	108
Телевизор	142	166	152	185	144	178
Микроволновая печь	44	66	70	85	87	117
Стиральная машина	96	100	97	103	99	101
Электропылесос	80	95	87	96	87	100
Газовая плита	н. д.	н. д.	68	67	79	55
Электрическая плита	н. д.	н. д.	24	27	22	48
Кондиционер	3	13	8	35	12	43
Швейная машина, вязальная машина	34	43	32	40	29	31
Видеомагнитофон, видеоплеер	25	39	37	45	16	19
Музыкальный центр	н.д.	н.д.	27	39	19	30
Персональный компьютер	40	61	50	66	39	42
Портативный компьютер (ноутбук, планшет, iPad)	2	11	40	74	49	114
Мобильный телефон	234	198	245	147	160	42
Смартфон, iPhone	н.д.	н.д.	42	68	144	174
Легковой автомобиль	26	58	31	70	38	81

Примечание: н. д. – нет данных.

Очевидно, наиболее широко используемые непродовольственные товары из категории предметов длительного пользования, без которых в настоящее время не обходится практически ни одно домохозяйство, – это холодильник, телевизор, стиральная машина, микроволновая печь, электропылесос, смартфон, плита (газовая или электрическая). В 2019 г. уровень обеспеченности этими товарами в расчете на 100 домохозяйств любого уровня доходности составлял от 87 (для микроволновых печей и пылесосов в I группе) до 189 (для телевизоров в VIII–IX группах). Также и разница в обеспеченности между домохозяйствами, входящими в наиболее богатую X и наиболее бедную I децильную группу, по этим товарам была наименьшей; минимальной – только по части редко используемых товаров и товаров, выходящих из употребления.

Необходимо также отметить, что газовые и электрические плиты обеспечивают одну из необходимых потребностей домохозяйства, и их суммарное количество на 100 домохозяйств по всем десяти группам превышает 90. По динамике этой пары можно видеть, что чем выше доход, тем активнее устаревающий товар замещается более современным.

Менее наглядна в этом смысле, но весьма характерна для экономико-социологической интерпретации потребления динамика распространения в домохозяйствах товаров из пар «персональный и портативный компьютер», «мобильный телефон и смартфон, айфон». В 2010 г. персональные компьютеры относились к категории сильно востребованных, однако рост обеспеченности ими домохозяйств в последующие 5 лет был заметным только в нижних группах доходности, верхние группы демонстрировали насыщение. Разница в количестве имеющихся в наличии персональных компьютеров между X и I группами сокращалась, отражая превращение данного товара в общедоступное благо. Портативные компьютеры в 2010 г. воспринимались как роскошь, были редкостью в X группе и почти отсутствовали в I-й. В последующие 5 лет их доступность и наличие резко возросли во всех группах доходности. Процесс замещения наметился в период 2015–2020 гг., когда распространенность персональных компьютеров в домохозяйствах стала снижаться за счет роста обеспеченности населения портативными моделями – их число возросло во всех группах, особенно в X.

Похожая картина наблюдается и по отношению к паре «мобильный телефон и смартфон, айфон». Отличие состоит лишь в том, что мобильные телефоны уже в 2010 г. были товаром, показатель наличия которого в низкодоходных группах превосходил по значению аналогичный в высокодоходных. В последующие годы эта разница только увеличивалась. Что касается смартфонов и айфонов, то обеспеченность ими резко возросла в период 2015–2019 гг. во всех домохозяйствах, и больше всего – в низкодоходных, что отражает их переход в категорию общедоступных благ.

Переход к стоимостным показателям текущего потребления показывает, что из основных категорий непродовольственных товаров одинаково востребованными во всех группах доходности являются одежда, обувь, телерадиоаппаратура: доли расходов на них почти не меняются при движении по децилям (табл. 3).

Таблица 3 – Потребительские расходы на непродовольственные товары и услуги в домашних хозяйствах, 2019 г. [14]

Направления расходов	Сумма расходов, руб. на члена домохозяйства в год		Отношение X к I, раз	Структура расходов, %	
	I	X		I	X
Потребительские расходы, всего	66 300	678 468	10,2	100,0	100,0
из них:					
на питание и алкогольные напитки	32 592	149 910	4,6	49,2	22,1
на непродовольственные товары	16 960	326 862	19,3	25,6	48,2
в том числе на:					
одежду, обувь, белье и ткани	5 137	52 118	10,1	7,7	7,7
телерадиоаппаратуру, предметы для отдыха, увлечений	1 181	16 235	13,7	1,8	2,4
транспортные средства	300	153 034	510,1	0,5	22,6
мебель, домашнее оборудование, предметы для ухода за домом	1 349	29 342	21,8	2,0	4,3
на услуги	16 748	201 696	12	25,2	29,7
в том числе на:					
жилищно-коммунальные услуги	9 231	41 043	4,4	13,9	6,0
бытовые услуги	991	30 169	30,4	1,5	4,4
услуги учреждений культуры	779	65 661	84,3	1,2	9,7
услуги связи	2 979	8 697	2,9	4,5	1,3

Расходы на мебель, домашнее оборудование и, особенно, на транспортные средства высокоэластичны по общим потребительским расходам. Аналогичной является ситуация с бытовыми услугами, услугами из сферы культуры, отдыха и здоровья. Чем ниже благосостояние, тем реже их приобретают – в отличие от одежды и обуви, обновление которых во всех группах доходности обусловлено, прежде всего, желанием следовать моде.

Неэластичными являются расходы на жилищно-коммунальные услуги – обязательный вид услуг, тяжесть оплаты которых обратно связана с благосостоянием: чем беднее домохозяйство, тем выше доля расходов на них.

Траты на услуги связи можно отнести к наименее эластичным расходам, что подтверждает высокую и почти не зависящую от уровня благосостояния востребованность современных услуг и средств связи у населения.

Популярность многих товаров длительного потребления и услуг, не относящихся к благам первой необходимости, их повсеместное наличие и использование стали нормой современной жизни. По мере развития экономики и технологий, роста качества жизни стандарты потребления меняются в сторону усложнения, и индивиды разного достатка стремятся им следовать. Наличие телевизора и холодильника стало нормой очень давно, стиральной машины – 20–30 лет назад, компьютера, мобильных средств связи и Интернета – 5–10 лет назад. Данные товары и услуги обеспечивают не физиологическое, но социальное выживание индивидов; некоторые их виды люди стремятся приобрести даже в том случае, если личная потребность в них минимальна – чтобы «быть, как все», «быть в тренде». Приобретение этих товаров и услуг домохозяйствами из нижних групп доходности чаще всего обеспечивается за счет более дешевых аналогов и экономии на других товарах и услугах, чья «необязательность» снижает их символический характер.

Список источников:

1. Кучеренко Е.А. Теория показного потребления Т. Веблена через призму концепции П. Бурдьё // Теория и практика общественного развития. 2013. № 8. С. 101–103.
2. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. Т. 6, № 3. С. 25–48.
3. Ечевская О.Г. Потребление и различие: социальные значения и практики потребительского поведения горожан. Новосибирск, 2011. 160 с. ; Ильин В.И. Креативный конюмеризм как тренд современного общества потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14, № 5. С. 41–54 ; Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1 (249). С. 5–18.
4. Киселев С.В., Белова Е.В. Проблемы продовольственной безопасности и питания в России в современных условиях // Научные исследования экономического факультета. 2020. Т. 12, № 1 (35). С. 70–91 ; Овчарова Л.Н., Попова Д.О. Доходы и расходы российских домашних хозяйств: что изменилось в массовом стандарте потребления // Мир России. Социология. Этнология. 2013. Т. 22, № 3. С. 3–34.
5. Василенко И.В., Ткаченко О.В. Практика потребления брендов как процесс самореализации личности: социологический анализ // Теория и практика общественного развития. 2020. № 2 (144). С. 13–17. <https://doi.org/10.24158/ti-prg.2020.2.1> ; Веселов Ю.В., Никифорова О.А., Чернов Г.И. Социальные различия в питании и здоровье городского и сельского населения (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) // Общество: социология, психология, педагогика. 2019. № 10 (66). С. 22–31. <https://doi.org/10.24158/spp.2019.10.2>.

6. Пастухова Е.Я., Иванова О.П., Кузнецова Т.А. Особенности питания российских бедных домохозяйств: региональная дифференциация // *Фундаментальные исследования*. 2019. № 4. С. 89–94.
7. Дмитриев М.Э., Мисихина С.Г. Изменения в уровне доходов, потребления, бедности и в социальных запросах российского населения в течение 2000–2012 годов // *Уровень жизни населения регионов России*. 2013. № 12 (190). С. 11-27.
8. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах (по итогам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств) [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13292> (дата обращения: 15.06.2021).
9. Выборочное наблюдение рациона питания населения. 2018 [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/food18/index.html (дата обращения: 15.06.2021).
10. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах в 2019 году (по итогам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств) [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11110/document/13292?print=1> (дата обращения: 15.06.2021).
11. Там же.
12. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств в 2019 году (по итогам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств) [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13271?print=1> (дата обращения: 15.06.2021).
13. Материалы обследования бюджетов домашних хозяйств. 2010, 2015, 2019 [Электронный ресурс] // Росстат. Система доступа к результатам обследований. URL: <https://obdx.gks.ru> (дата обращения: 15.06.2021).
14. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств в 2019 году ...

Информация об авторе

В.Л. Шабанов – доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник Института аграрных проблем Российской академии наук, Саратов, Россия.
https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=476081.

Information about the author

V.L. Shabanov – D.Phil. in Social Science, Senior Research Fellow, Institute of Agrarian Problems of the Russian Academy of Sciences, Saratov, Russia.
https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=476081.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 24.06.2021;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 06.07.2021;
Принята к публикации / Accepted for publication 05.08.2021.