

**НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО:
актуальные вопросы теории и практики**

Лисина Ольга Васильевна,

доцент кафедры государственного,
муниципального управления и социологии,
ФГБОУ ВО «КНИТУ»,
г. Казань;

Гатиятуллина Дина Александровна,

доцент кафедры государственного,
муниципального управления и социологии,
ФГБОУ ВО «КНИТУ»,
г. Казань

**ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
МОЛОДЫХ КАЗАНЦЕВ В 2020 ГОДУ**

Аннотация. Проанализировано состояние и динамика потребительских стратегий молодежи города Казани, произведено сравнение фактической и оптимальной потребительской корзины молодежи в условиях пандемии. В статье представлены результаты социологического исследования потребительских практик молодежи города Казани в 2020 году.

Ключевые слова: молодежь, потребительские практики, потребление, студенчество, потребительская корзина

Современное консьюмеристское общество имеет возможность широкого выбора потребляемых продуктов. Объем потребления рассчитывается в среднем на одного человека для каждой из основных социально-демографических групп населения: трудоспособное население, пенсионеры и дети. Одним из основных сегментов рынка по половозрастному признаку является молодежь. Потребительская корзина должна удовлетворять минимальные потребности гражданина. На основе состава потребительской корзины формируется величина прожиточного минимума, подводятся статистика по реальному и расчетному уровню по-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

требления населением страны. Потребительская корзина делится на три категории: необходимые продукты питания, необходимые непродовольственные товары и необходимые услуги.

В результате изучения данных опросов, проведенных авторитетными социологическими центрами ВЦИОМ и ФОМ в 2017-2019 гг. было выявлено, что в условиях кризиса меняются потребительские предпочтения при выборе продовольственных товаров, население вынуждено экономить на самых необходимых товарах, обращает внимание не только на цену, но и на качество и другие характеристики товаров. Так, «Фонд «Общественное мнение» в апреле 2019 года провел репрезентативное исследование на тему «Продукты и товары: статьи экономии», в котором было опрошено население от 18 лет и старше (N = 1500 респондентов – жителей 104 городских и сельских населенных пунктов в 53 субъектах РФ) [1]. Было выявлено, что во второй половине 2019 года 39 % россиян стали экономить на продуктах питания больше, чем раньше, 2 %, наоборот, ослабили режим экономии, в семьях 52 % опрошенных ничего в этом отношении не менялось. Практически так же распределились ответы на вопрос о покупке непродовольственных товаров в последние полгода. Отметим, что в 2020 году наибольшей части опрошенных нами респондентов (78 %) приходится экономить, в условиях пандемии финансовое положение россиян резко ухудшилось.

В 2017 г. «Всероссийским Центром Изучения Общественного Мнения» было проведено похожее репрезентативное исследование на тему «Россия 2017 – качество жизни» (N = 1800) [2]. Установлено, что в условиях ухудшения финансового положения россияне в первую очередь готовы скорректировать расходы на покупку одежды, мебели, бытовой техники (61 %), минимизировать траты на досуг (52 %), занятия спортом и фитнесом (51 %). Без изменений остаются такие статьи расходов, как

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

оплата коммунальных услуг и покупка лекарственных препаратов – экономии по ним допускают только 9% и 5% соответственно (табл. 1).

Таблица 1.

Статьи сокращения расходов, в % от общего числа респондентов, 2017 г.

	Все опрошенные, 2017 г.
Предметы одежды, мебели, бытовой техники	61
Посещение культурно-развлекательных учреждений	52
Занятия спортом и фитнесом	51
Платные медицинские услуги	19
Продукты питания	17
Дополнительные образовательные услуги	15
Коммунальные услуги	9
Лекарственные средства	5
Другое	4
Затрудняюсь ответить	3

В 2020 году россияне (на примере жителей города Казань), в случае необходимости, также предпочитают экономить на развлекательных мероприятиях (69 %) и на бытовой технике и электронике (55 %). В марте 2015 года «ФОМ» было проведено подобное репрезентативное исследование на тему «Потребительское поведение россиян в условиях кризиса» (N = 1500) [3]. Согласно результатам, у большинства россиян в начале 2015 потребительское поведение, по сравнению с предыдущими годами изменилось: 39 % стали покупать продукты более дешевых марок, 31 % отказались от покупки некоторых продуктов, 29 % в принципе стали покупать меньше продуктов. Половина россиян стали за последние полгода больше экономить на еде, в первую очередь – на мясе и

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

птице, сыре и колбасе, а также фруктах. 43% экономят на непродовольственных товарах, прежде всего – на одежде и обуви.

«ВЦИОМ» был проведен опрос 2 ноября 2018 г. на тему «Потребительское поведение: выбор россиян» (N = 1600) [4]. Выявлено, что россияне стали более внимательно относиться к информации на этикетке приобретаемого ими товара. Так 83 % наших соотечественников (77 % мужчин и 87 % женщин) обращали внимание на срок годности (в 2017 г. - 81 %). 51% опрошенных смотрит на состав и содержание отдельных ингредиентов, 37% - на информацию о производителе. Только 12 % респондентов обращают внимание на содержание белков, жиров и углеводов, 9 % - на калорийность, а 7% опрошенных признают, что, как правило, не читают информацию на этикетке. В ходе нашего исследования в 2020 году, потребительское поведение россиян сохранилось. Сейчас молодые казанцы также в первую очередь (71 %) обращают внимание на срок годности товара, прежде чем его приобрести. Анализируя данные Татстат [5] было выявлено, что есть и значительные изменения в потребительском поведении молодежи, если в 2013 г. мясо и птицу определили по частоте потребления на второе место, то в 2020 г. (по данным опроса жителей города Казани) эта категория лишь на девятом месте (31 %). За 7 лет потребительские предпочтения в продуктах питания изменились.

Проанализировав многообразие практик потребительского поведения г. Казани, было определено, что в связи с пандемией повышается дифференциация в уровне и структуре спроса населения, т.е. происходит отдаление уровня реального потребления от нормативного. Состав потребительской корзины на 2020 год по-прежнему регламентирован положениями, установленными законом № 227. Предварительно, пересмотр комплекта продуктового набора планировалось производить каж-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

дые пять лет. Но за прошедшие семь лет никаких изменений, касающихся структуры и состава потребительской корзины не произошло. В декабре 2017 г. был принят ФЗ № 421, согласно которому очередной пересмотр перечня продуктов и количества норм потребления должен произойти не ранее 31.12.2020 г. Связано это, прежде всего, с начавшимися в 2014 году внутриэкономическими проблемами. Следовательно, в 2020 состав потребительской корзины останется неизменным.

Для взрослых, детей и пенсионеров минимальное годовое потребление продуктов первой необходимости составляет (табл. 2):

Таблица 2.

Годовое потребление продуктов населением, кг

Наименование продукта	Потребление взрослыми	Пенсионерами	Детьми
Хлебобулочные, макаронные изделия и крупы	126 кг	98 кг	77 кг
Картофель	100 кг	80 кг	88 кг
Овощи	114 кг	98 кг	112 кг
Фрукты	60 кг	45 кг	118 кг
Сахар и кондитерские изделия	23 кг	21 кг	21 кг
Мясо	58 кг	54 кг	44 кг
Рыба	18 кг	16 кг	18 кг
Молочные продукты	290 кг	257 кг	360 кг
Яйца	210 шт.	200 шт.	201 шт.
Масла и жиры	11 кг	10 кг	5 кг
Чай и специи	5 кг	4 кг	3 кг

Как видим, потребительская корзина в России на 2020 год различна для разных категорий граждан. Происходит такая дифференциация из-за различных потребностей лиц разных возрастов в определённых груп-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

пах продуктов. Например, как видно из таблицы, минимальное потребление фруктов и молока детьми гораздо больше, нежели у работающих лиц или пенсионеров. Трудоспособные граждане, наоборот, больше потребляют мучных изделий, крупы и мяса.

В ходе нашего исследования была опрошена молодежь г. Казани с целью выявления структуры и стоимости их реальной потребительской корзины. Сравнение полученных результатов с нормативной потребительской корзиной можно увидеть на Рисунке 1.

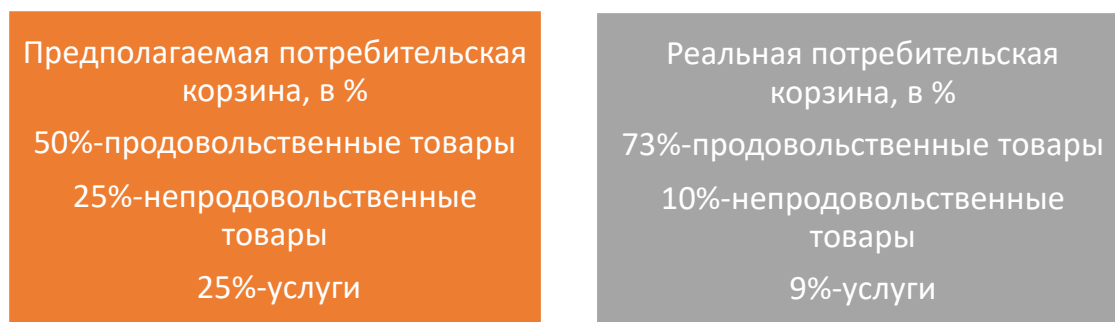


Рисунок 1 – Различия между нормативной и реальной потребительской корзиной молодежи г. Казань

В связи с тем, что Госдума должна принять закон о новом составе потребительской корзины к 2021 году, ее структура должна стать похожей на «полноценный рацион здорового питания». На основе выявленной причинно-следственной связи между независимой переменной – возрастом молодых людей и изменяющейся под ее воздействием частотой потребления, составом потребительской корзины разработаны рекомендации по оптимизации потребительских корзин молодежи, предполагающие компоновку товаров, услуг в соответствии с социально-демографическими и мотивационными особенностями молодежи.

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

По итогам I квартала 2019 года прожиточный минимум составил 11,7 тыс. рублей для трудоспособных граждан, 8,9 тыс. – для пенсионеров и 10,6 тыс. – для детей. Число россиян с доходами ниже прожиточного минимума увеличилось до 20, 9 млн. человек, говорилось в отчете Росстата по итогам первого квартала. Это 14,3% населения страны.

Попробуем представить наиболее оптимальную потребительскую корзину для молодежи (рис. 2).

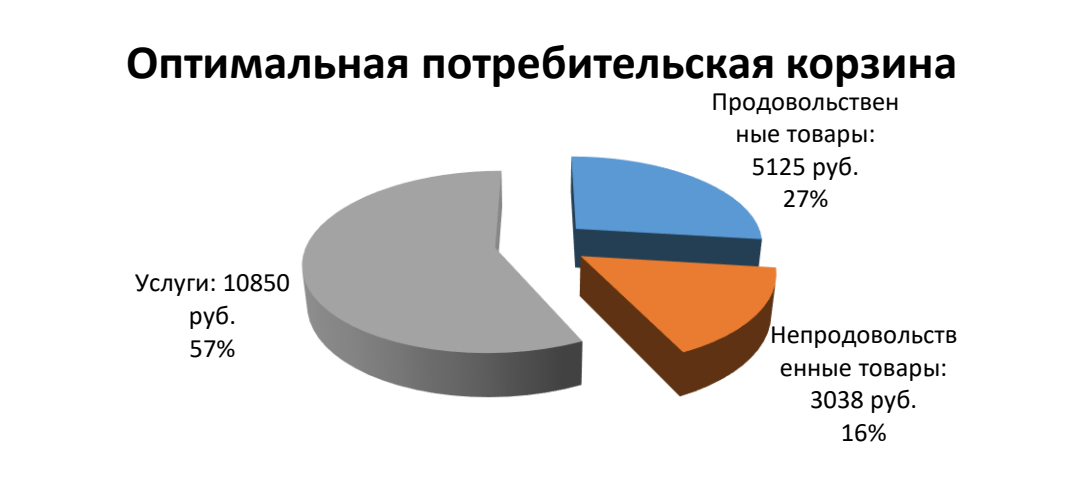


Рисунок 2 – Оптимальная потребительская корзина молодого казанца в рублях, в расчете на 1 человека

Итоговая сумма предложенной оптимальной потребительской корзины молодежи г. Казань составляет 19013 рублей.

Далее приведем пример из чего может состоять продуктовая корзина (рис.), расходы на непродовольственные товары (рис. 3, 4, 5).

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики



Рисунок 3 – Продуктовая корзина молодого казанца на месяц, кг/руб

Общая стоимость представленной продуктовой корзины составляет 5125 рублей.

Непродовольственные товары

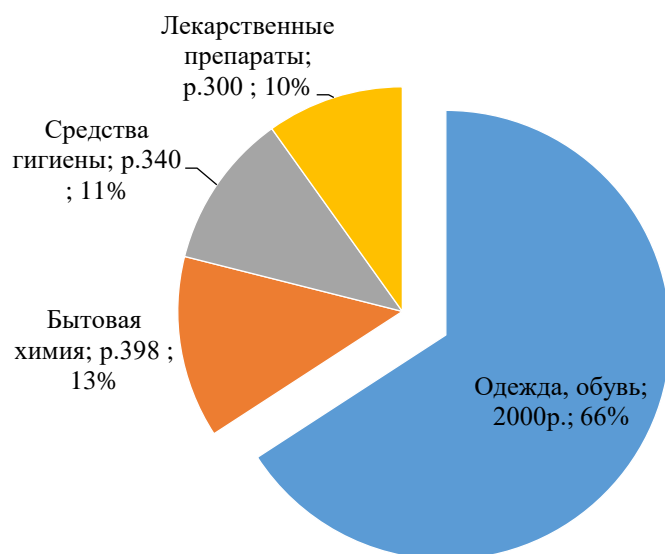


Рисунок 4 – Расходы на непродовольственные товары в месяц

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

Рекомендованные оптимальные траты на непродовольственные товары составляют 3038 рублей (Рис. 4).

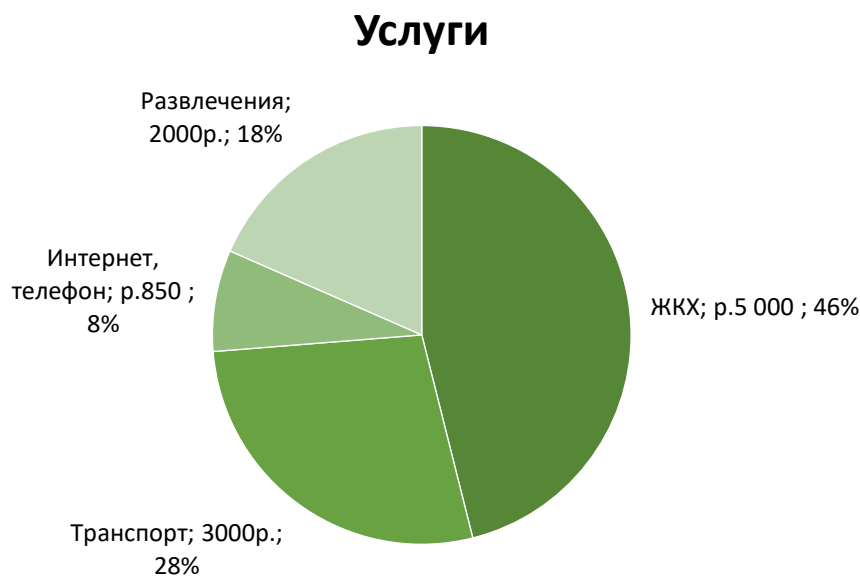


Рисунок 5 – Расходы на услуги в месяц

Итоговая сумма расходов на услуги – 10850 рублей.

Все данные, представленные выше рассчитаны для одного молодого человека, проживающего в г. Казань на месяц.

Для сбора эмпирической информации в целях исследования особенностей потребительского поведения и формирования структуры потребительской корзины молодежи г. Казани среди молодых казанцев было организовано анкетирование (N=100). В опросе приняли участие 100 человек в возрасте от 16 до 35 лет, из них 18-25 лет – 43%, 26-35 лет – 57% обоих полов - 30 (30%) мужчины и 70 (70%) женщин. В ходе опроса выяснилось, что 37% опрошенных респондентов посещают магазин несколько раз в неделю, 22% совершают покупки каждый день, четверть опрошенных (24%) – раз в 2 недели и реже, а 17% респондентов посещают магазин раз в неделю.

Оценивая финансовое положение опрашиваемых респондентов, больше половины (62%) признались, что денег хватает на еду и одежду,

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

но крупные покупки вызывают затруднения, четверть респондентов (26%), что денег на еду хватает, но покупка одежды вызывает затруднения, 3% ответили, что денег едва хватает на еду и 9%, что денег хватает на удовлетворение всех потребностей (рис.6).

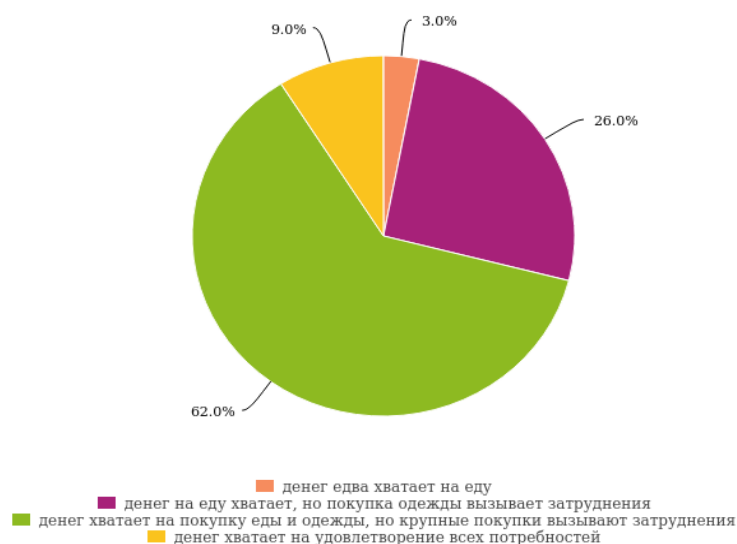


Рисунок 6 – Финансовое положение респондентов

Значительная часть опрашиваемых молодых казанцев (77%) источником своих доходов назвала заработную плату, чуть меньше четверти от общего количества респондентов (22%) – помощь от родителей, 14% имеют доход от подработок, у 7% источником дохода являются социальные выплаты, у 6% - стипендия, 2% респондентов имеют иной источник доходов: заработная плата мужа, декретные выплаты.

Чуть меньше половины респондентов (41%) скорее не удовлетворены своим финансовым положением, 27% - скорее удовлетворены, 22% - абсолютно не удовлетворены, 5% удовлетворены своим финансовым положением, и оставшиеся 5: затруднились ответить на данный вопрос (рис. 7).

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

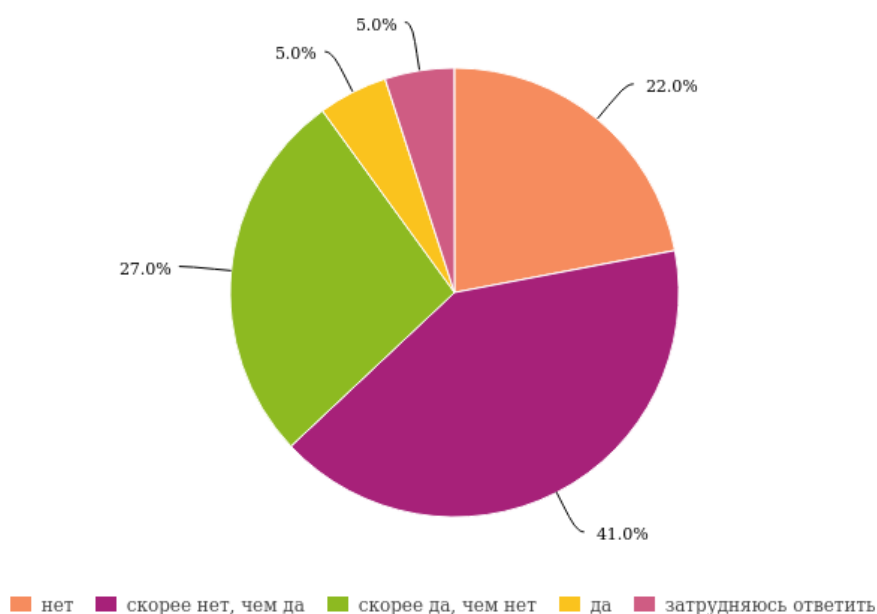


Рисунок 7 – Удовлетворенность финансовым положением

В настоящее время наиболее остро стоит вопрос об экономии денежных средств. Значительной части молодых казанцев (78%) приходится экономить, 8% респондентов не экономят, 14% - затруднились ответить (рис.8).

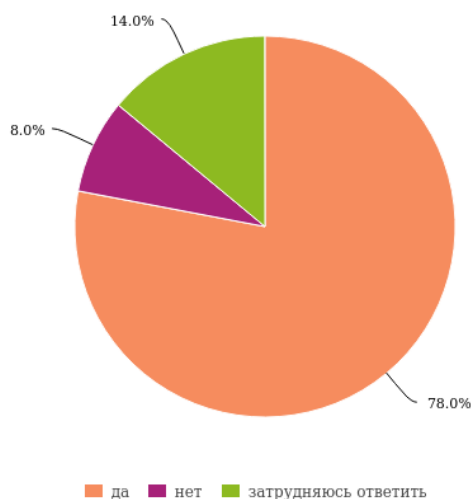


Рисунок 8 – Необходимость в экономии

При возможности выбора нескольких вариантов ответа на вопрос «На чем Вы (при необходимости) предпочли бы сэкономить?» выяснилось, что при необходимости экономии денежных средств 69% опроши-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

ваемых предпочитают ограничивать себя в развлечениях, 55% - на бытовой технике и электронике, 27% - на одежде и обуви. 20% респондентов могут отказаться от товаров для дома, 19% - от товаров по уходу за собой. Наименее популярными вариантами оказались продукты питания (9%), лекарства (6%). У 3% молодых казанцев нет необходимости в экономии и еще 7% затруднились ответить на данный вопрос (рис. 9).

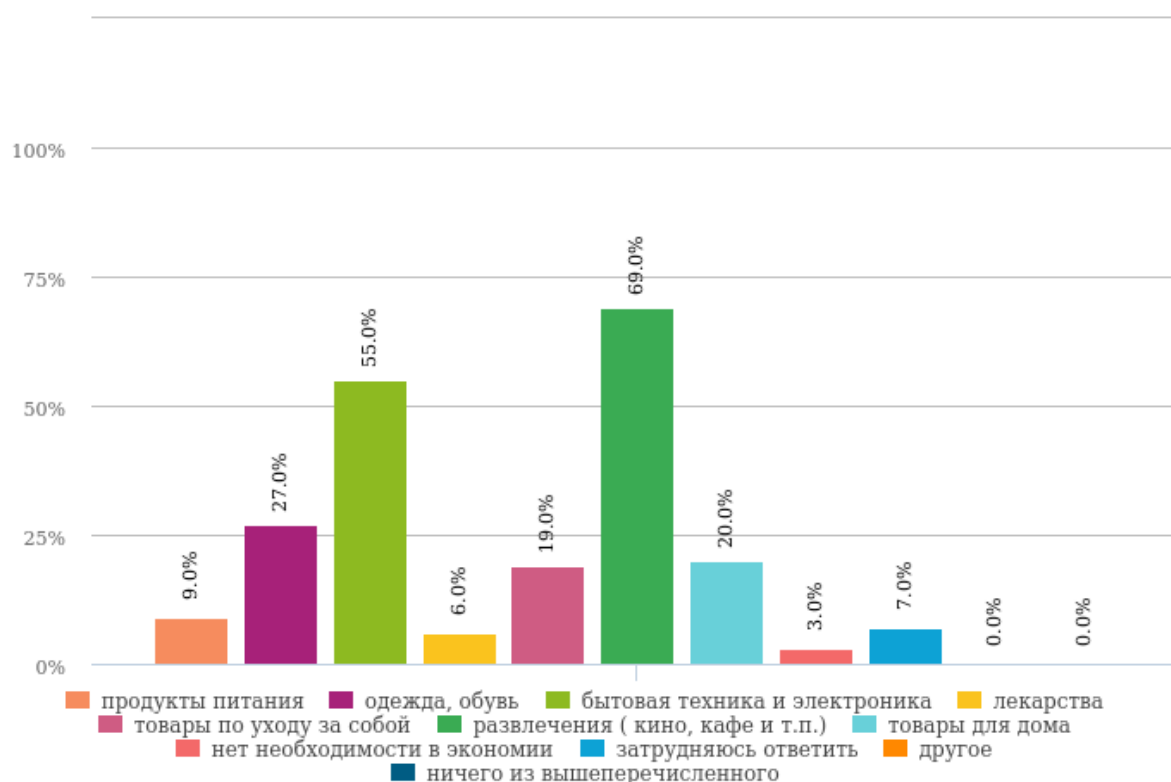


Рисунок 9 – Статьи расходов, на которых можно сэкономить

У подавляющей части опрошенных молодых казанцев (73%) основной статьёй расходов являются продовольственные товары, 10% большую часть своего дохода тратят на непродовольственные товары (одежда, обуви и т.п.), 9% - на услуги (транспортные расходы, развлечения и т.п.) и оставшиеся 8% затруднились сказать, что является их основной статьёй расходов (рис. 10).

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

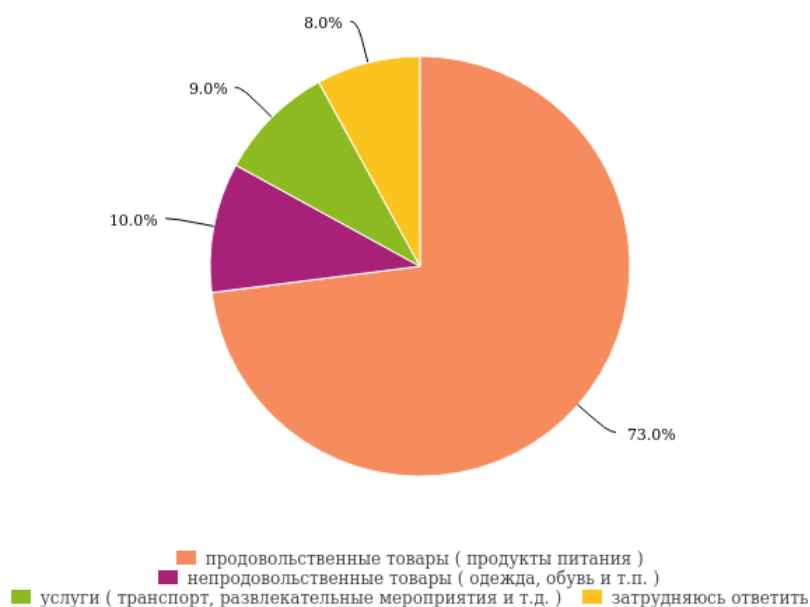


Рисунок 10 – Основная статья расходов

В связи со сложившейся в мире чрезвычайной ситуацией, наиболее актуален вопрос о влиянии режима повышенной готовности к ЧС на потребительскую корзину молодежи г. Казани. Мнения разделились практически поровну, 43% считают, что сложившаяся ситуация повлияла на структуру их потребительской корзины, 47% считают, что ничего не изменилось, 10% затруднились ответить (рис.11).

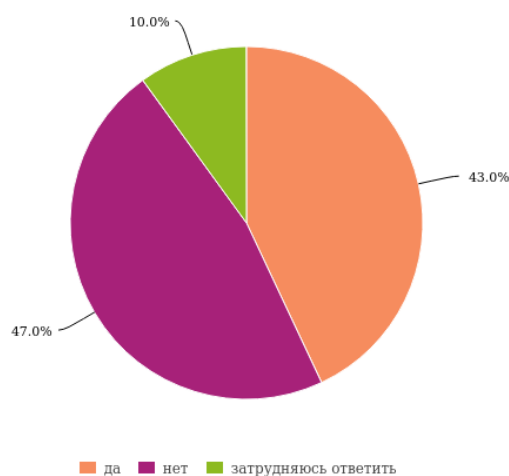


Рисунок 11 – Влияние режима повышенной готовности к ЧС
на потребительскую корзину

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

Четверть респондентов (25%) полагают, что объем приобретаемых ими товаров не изменился в связи с появлением и распространением COVID-19, 35% считают, что скорее не изменился, нежели наоборот. Также четверть опрошенных (26%) ответили, что скорее изменился, 12% признались, что объем приобретаемых товаров потерпел изменения, и 2% не смогли определиться (рис.12).

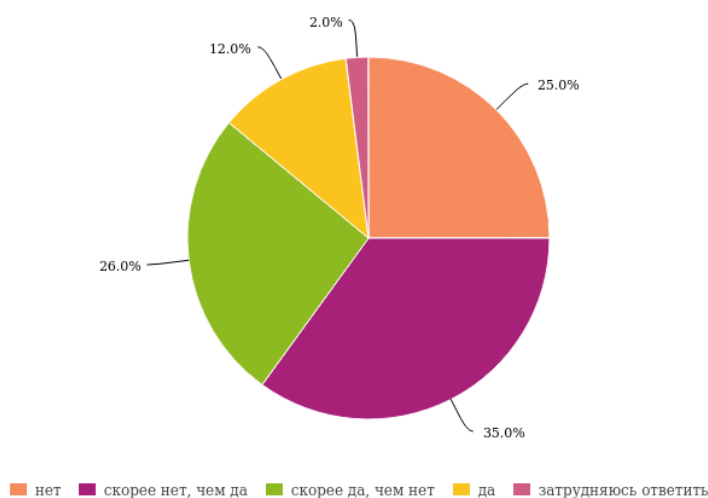


Рисунок 12 – Изменился ли объем приобретаемых товаров

При положительном ответе на предыдущий вопрос, большинство из опрошенной молодежи г. Казани стали приобретать продукты питания в большем объеме, чем до появления вируса, так ответили 83,3%, далее по 25% ответов получили: лекарства, бытовая химия и товары для дома. 16,7% начали приобретать в большем объеме, чем ранее товары по уходу за собой и иные (не предоставленные в вариантах) товары, а именно детские товары (рис.13).

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

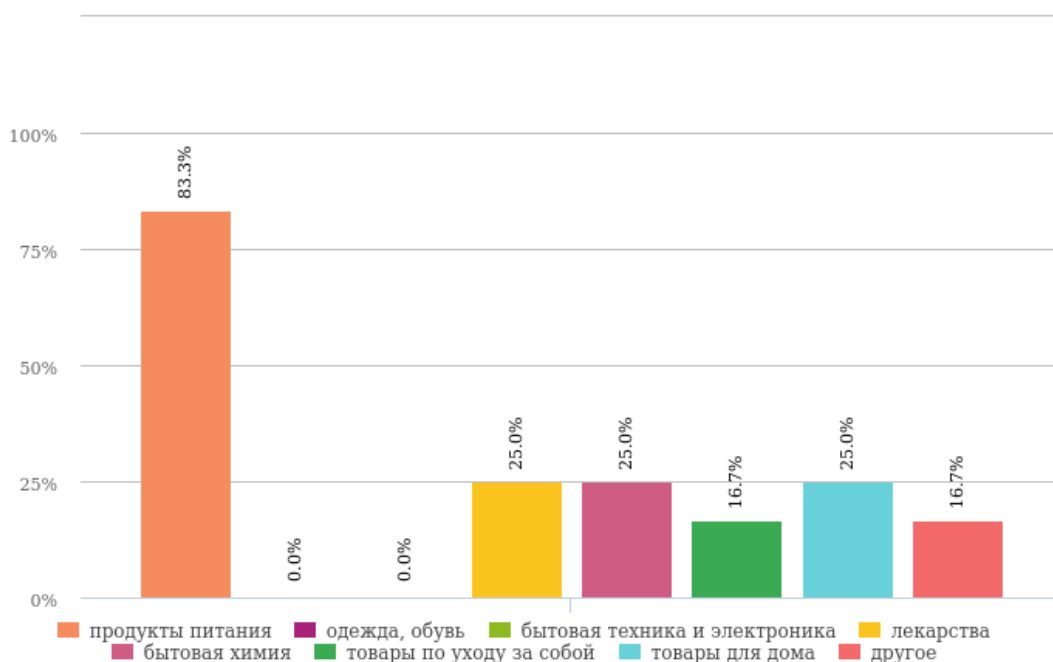


Рисунок 13 – Категории товаров

Не менее важным при исследовании потребительского поведения молодежи в период распространения коронавируса является ощущение или, напротив, не ощущение дефицита каких-либо товаров. И снова мнения разделились практически поровну: 47% ощущают дефицит тех или иных товаров, 44% - нет. 9% затруднились при ответе на данный вопрос (рис.14).

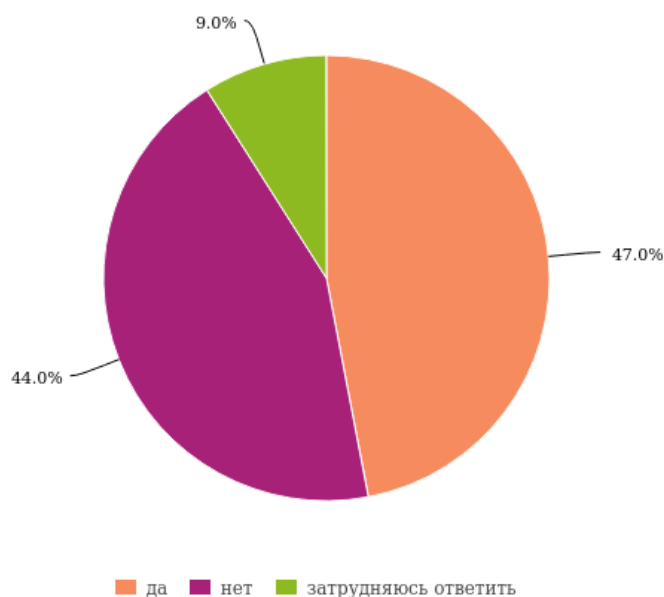


Рисунок 14 – Ощущает ли молодежь дефицит товаров

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

Практически в равном объеме разделилось количество респондентов, которые совсем не приобретают (36%) или приобретают реже чем 1 раз в неделю (30%) товары, предназначенные для индивидуальной защиты от заражения вирусом. 18% - 1 раз в неделю, 11% покупают данный вид товаров 2-3 раза в неделю, 5% - имеют необходимость в потреблении средств защиты каждый день (рис.15).

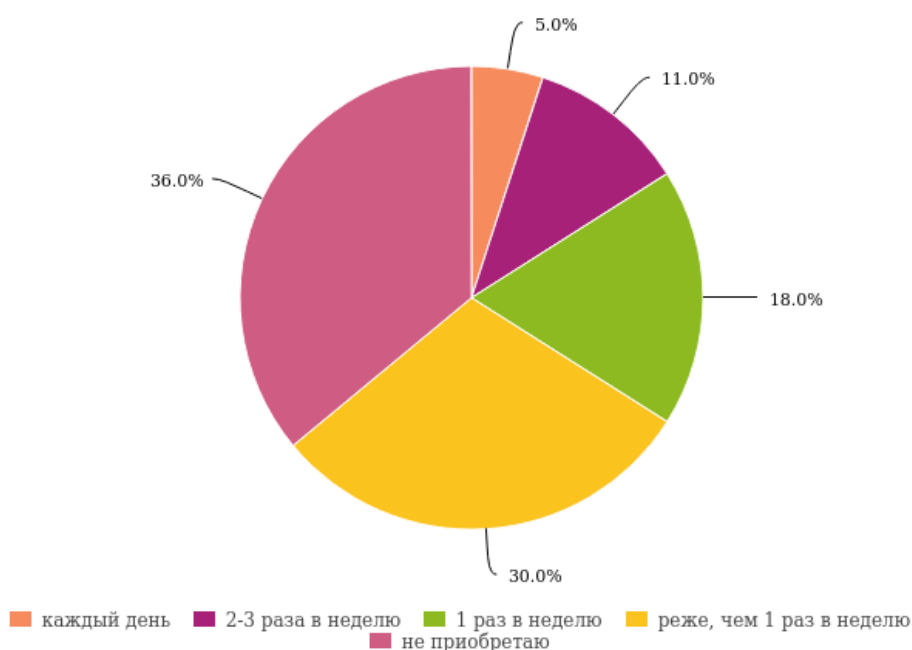


Рисунок 15 – Приобретает ли молодежь средства защиты от вируса

У половины респондентов (58%) нет детей, для остальных опрошенных, у которых есть дети, расходы на их содержание являются неотъемлемой частью семейного бюджета. Так у 12% молодых казанцев уходит более 40% ежемесячного дохода, 5% тратят не менее 40%, у 11% уходит не менее 30% от дохода, менее 20% от ежемесячного дохода на содержание детей тратит 6% респондентов, не менее 10% - всего 1% опрошенных. 7% затруднились ответить (рис.16).

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

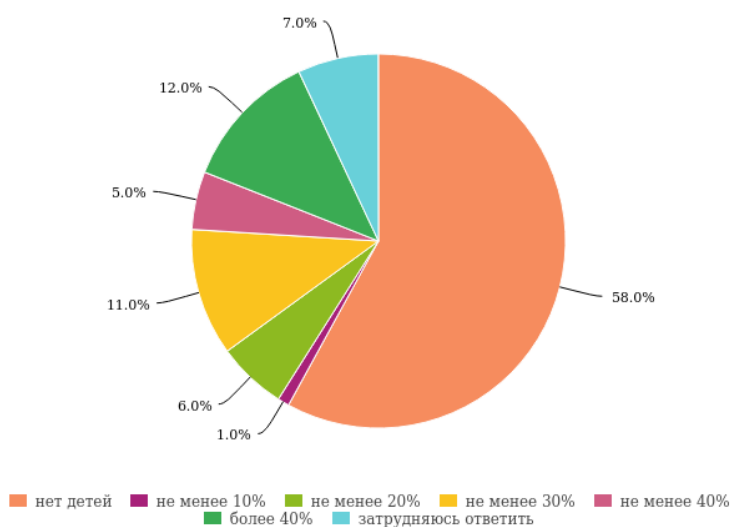


Рисунок 16 – Содержание детей, % от ежемесячного дохода

Большее половины опрошенной молодежи (61%) приобретают одежду и обувь раз в 2 месяца и реже, следовательно можно сделать вывод, что данная статья расходов не является приоритетной. Четверть респондентов (25%) обновляют свой гардероб раз в месяц, 13% - 2-3 раза в месяц и лишь 1% опрошенных приобретают данный вид товара раз в неделю (рис.17).

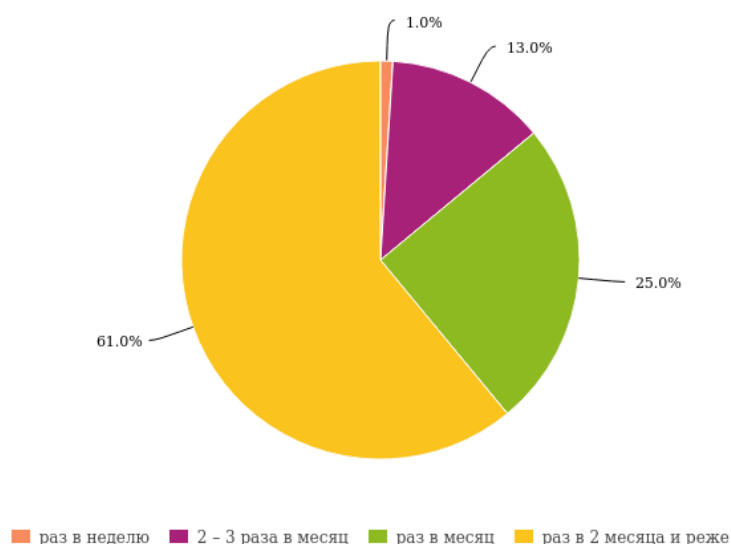


Рисунок 17 – Как часто молодежь приобретает одежду и обувь

Практически в равной степени разделились казанцы, отвечая на вопрос «Имеются ли у Вас расходы (кредит, рассрочка), требующие еже-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

месячного платежа?». У 57% опрошенных таковые имеются, у 43% - нет (рис.18).

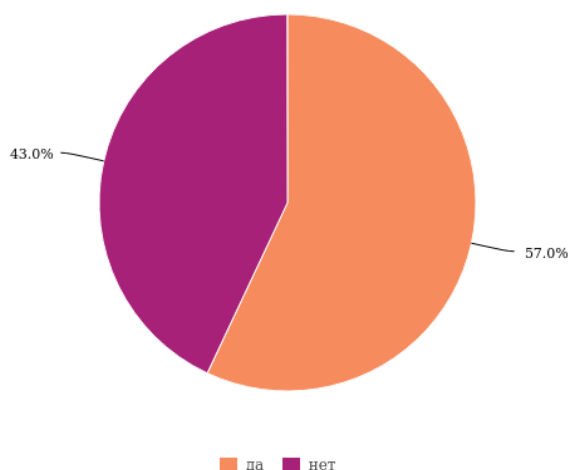


Рисунок 18 – Наличие кредитов, рассрочки

Исходя из того, что существует несоответствие между нормативной и реальной потребительской корзиной молодых казанцев, следует активно развивать программы поддержки молодого населения. Например, предоставлять рабочие места по окончании ВУЗов, что отразилось бы как на экономике региона в целом, так и на благоустройстве молодежи. Создать максимально комфортные для молодежи условия на рабочих местах, что позволит предотвратить текучесть кадров и формированию ценных специалистов, обеспечивая тем самым для рабочих достойное проживание. Оказывать помощь в виде проведения акций и скидок в продовольственных магазинах, как это делают для социально незащищенных групп населения. Создавать программы поддержки начинающих предпринимателей, т.к. именно из молодого населения состоит большая часть предпринимателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Продукты и товары: статьи экономики // Фонд Общественное Мнение [Электронный ресурс]. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/14189>, (дата обращения: 07.05.2020).*

**НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО:
актуальные вопросы теории и практики**

2. *Россия 2017 – качество жизни // Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116472>, (дата обращения: 07.05.2020).*

3. *Потребительское поведение россиян в условиях кризиса // Фонд Общественное Мнение [Электронный ресурс]. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/12100>, (дата обращения: 08.04.2020).*

4. *Потребительское поведение: выбор россиян // Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9413>, (дата обращения: 07.05.2020).*

5. *Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Уровень жизни [Электронный ресурс]. – URL: https://tatstat.gks.ru/standard_of_living, (дата обращения: 12.05.2020).*