

Глава 1.5. Особенности жизни и потребления представителей различных доходных групп

Более наглядно представить себе те особенности различных доходных групп и слоев, о которых говорилось в главах 1.3 и 1.4, позволяет содержательный анализ их повседневной жизни. И наибольший интерес среди различных сюжетов, относящихся к специфике повседневной жизни представителей различных групп, выделенных в рамках нашей стратификационной модели (в силу выбранного основания построения этой модели — величины текущих доходов), представляют те из них, которые связаны с экономической сферой и особенностями потребительского поведения.

Анализ особенностей потребления и формирующихся на этой основе стилей жизни различных доходных групп российского общества позволяет дать ответы на несколько важных вопросов. Во-первых, он демонстрирует, какой стандарт жизни является сегодня типичным для российского населения (в этой связи напомним, что, в соответствии с используемой методологией выделения доходных групп, медианная группа населения объединяет тех россиян, чьи доходы находятся близко к медианному значению доходов для страны в целом, не достигая или превышая их не более чем на четверть; таким образом, эта группа демонстрирует типичный уровень жизни и потребления населения на данном этапе экономического развития страны). Во-вторых, он позволяет понять, к какому стандарту жизни хотели бы стремиться в массе своей россияне — в данном случае эту планку будут задавать потребительские возможности среднедоходных россиян, т. к. именно их можно рассматривать как достаточно благополучную на фоне большинства населения страны группу, задающую тот самый стандарт жизни «среднего класса», который воспринимается обычно большинством как желательная социальная

норма. Наконец, еще один вопрос, для которого такой анализ дает весьма существенную «информацию к размышлению», связан с процессом трансформации российского общества в целом и заключается в том, привели ли последние полтора десятилетия к качественным изменениям в уровне и качестве жизни россиян и равномерно ли происходили соответствующие изменения для разных доходных групп.

Начиная анализ потребительского поведения доходных групп, обратимся к оценкам, которые дают их представители **различным аспектам** своей жизни, так или иначе **связанным с потреблением** (табл. 1.29). Данные¹ показывают, что *российское население в целом характеризуется достаточно сдержанными оценками в отношении своего материального положения. Доля считающих его хорошим начинает превышать долю оценивающих его как плохое только на уровне среднедоходной группы, а доминирующими оценками во всех без исключения доходных группах выступают оценки «удовлетворительно».* Это подтверждает, что именно присущий среднедоходной группе уровень жизни выступает планкой не только объективного, о чем говорилось в главах 1.3 и 1.4, но и относительного, субъективного благополучия.

В этих условиях неудивительно, что и другие аспекты жизни, связанные с материальным положением и возможностями потребления, большинство населения оценивает достаточно сдержанно. Однако величина разрыва между положительными и отрицательными оценками разных доходных групп варьируется в зависимости от конкретной потребительской сферы, и «точки перелома», в которых преобладание негативных оценок над позитивными меняется на противоположное, попадают в разных случаях на разные доходные группы. В оценках двух сфер жизни, связанных с потреблением, — жилищных условий и питания — положительные оценки доминируют над отрицательными во всех доходных группах, хотя количественные разрывы между ними довольно значительны: так, доля положительных оценок своего жилья

¹ В качестве основной эмпирической базы для анализа в настоящей главе использованы данные 6-й волны Мониторинга ИС ФНИСЦ РАН, проходившей весной 2017 г. (N = 4 000). Остальные исследования, данные которых использованы в главе, также проводились Институтом социологии ФНИСЦ РАН (см. о них в Приложении 1).

и питания среди бедных встречается в два и более раз реже, чем среди высокодоходных. Ситуацию с одеждой чаще отрицательно, чем положительно, оценивают только представители бедных. В оценках возможностей проведения досуга к бедным присоединяются и уязвимые — для обеих этих групп негативные оценки доминируют над положительными. Далее следуют возможности проведения отпуска и получения качественной медицинской помощи, которые оценивают скорее негативно, нежели позитивно, не только представители бедных и уязвимых, но и россияне из медианной группы. У среднедоходных россиян соответствующие доли совпадают, а у высокодоходных доминируют положительные оценки этих сфер. Эти данные демонстрируют различия в образе и уровне жизни разных доходных групп и степень дифференциации их жизненных шансов в сфере потребления, наиболее редкими среди которых для населения в целом являются возможности получать качественную медицинскую помощь и проводить отпуск. *«Точки перелома», проходящие для этих потребительских аспектов жизни (и для оценки материального положения в целом) на уровне среднедоходной группы, в очередной раз подтверждают, что именно между ней и медианной группой и проходит граница между благополучным и неблагополучным населением в современной России: к первым относятся среднедоходные и высокодоходные россияне, ко вторым — бедные, уязвимые и представители медианной группы.*

В среднем по населению потребительский стандарт и удовлетворенность им оказываются достаточно невысокими, о чем свидетельствуют оценки медианной группы населения, представляющей собой типичную ситуацию для россиян в целом (табл. 1.29).

Данные позволяют также оценить динамику потребительских возможностей населения за последние 15 лет, вместивших в себя разные этапы экономического развития страны — и период экономического подъема, и рецессию, и два кризиса. *Динамика оценок населением различных аспектов своей жизни, связанных с потреблением, дает основания говорить о качественных изменениях материального положения и потребительских возможностей, произошедших за период с 2003 г., которые затронули все без исключения доходные группы, хотя и в разной степени* (табл. 1.30).

Таблица 1.29

Самооценка различных сторон жизни, относящихся к потреблению, в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., % (отражено по сдвигу «точки перелома» между положительными и отрицательными оценками у доходных групп)²

Оценка различных сторон жизни	Бедные ³	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные ⁴
<i>Жилищные условия</i>					
хорошие	22	30	40	48	51
плохие	16	13	9	5	4
<i>Питание</i>					
хорошее	21	29	38	45	42
плохое	12	7	4	3	2
<i>Ситуация с одеждой</i>					
хорошая	13	19	28	36	40
плохая	23	14	8	4	4
<i>Возможности проведения досуга</i>					
хорошие	14	18	28	33	36
плохие	29	22	15	9	7
<i>Материальное положение</i>					
хорошее	7	7	16	20	27
плохое	43	34	19	14	9

² Допускался также ответ «удовлетворительно», не представленный в таблице. Серым фоном выделена наибольшая из двух оценок — положительная или отрицательная. Учитывая малую численность полярных групп, 7-элементная классификация была укрупнена здесь и далее в данной главе до 5-элементной.

³ В группу бедных здесь и далее объединены две доходные группы — «нищие» (с доходами до 0,25 страновой медианы доходного распределения) и «нуждающиеся» (с доходами от 0,25 до 0,5 медианы). Как было показано в главах 1.2–1.4, обе эти группы полностью состоят из лиц с доходами ниже прожиточного минимума.

⁴ В высокодоходную группу здесь и далее объединены две группы — «обеспеченные» (с доходами 2–4 медианы) и «состоятельные» (с доходами выше 4 страновых медиан доходного распределения). Как показано в главе 1.3, такое объединение, как и объединение двух нижних групп, статистически обосновано.

Продолжение табл. 1.29

<i>Возможность получить качественную медицинскую помощь (в т. ч. платную)</i>					
хорошая	6	11	16	23	21
плохая	38	35	29	23	15
<i>Возможности проведения отпуска</i>					
хорошие	7	10	18	23	28
плохие	48	40	27	23	14

Таблица 1.30

Самооценки различных сторон жизни, относящихся к потреблению, в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2003–2017 гг., %⁵

Разница положительных и отрицательных оценок	Бедные	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные
<i>Жилищные условия</i>					
2003	-11	-1	8	8	21
2017	6	17	31	43	47
<i>Питание</i>					
2003	-15	-13	0	19	48
2017	9	22	34	42	40
<i>Ситуация с одеждой</i>					
2003	-39	-36	-23	1	24
2017	-10	5	20	32	36
<i>Возможности проведения досуга</i>					
2003	-35	-36	-25	-11	11
2017	-15	-4	13	24	29
<i>Материальное положение</i>					
2003	-62	-54	-38	-20	11
2017	-36	-27	-3	6	18
<i>Возможности проведения отпуска</i>					
2003	-50	-55	-44	-26	7
2017	-41	-30	-9	0	14

⁵ Допускался также ответ «удовлетворительно», не учитываемый при расчетах. Серым фоном выделены изменения ситуации преобладания негативных оценок над позитивными на обратную.

Как видно из табл. 1.30, практически по всем «материальным» аспектам жизни во всех доходных группах за период с 2003 по 2017 г. фиксировались положительные изменения, отразившиеся в росте позитивных и/или снижении негативных оценок, а в ряде случаев (в четырех группах из пяти) и поменявшие знак этих оценок на противоположный. *В наибольшей степени положительные изменения потребительского стандарта коснулись медианной группы россиян, в несколько меньшей степени они затронули уязвимых и среднедоходных, и меньше всего трансформировалась в этом отношении жизнь представителей полярных доходных групп — бедных и высокообеспеченных.* Хотя количественные изменения происходили и у них, у бедных по большинству потребительских аспектов сохранилось преобладание негативных оценок, у а высокодоходных положительные оценки преобладали по всем из них и в 2003 г. У представителей медианной группы, отражающей типичный уровень жизни всего населения, в отношении ситуации с питанием, одеждой, досугом за этот период положительные оценки начали доминировать над отрицательными, и в целом можно говорить о значительном улучшении их потребительского стандарта по сравнению с началом 2000-х гг. При этом выделенные серым фоном в табл. 1.30 ячейки хорошо иллюстрируют «демаркационную линию» потребительских стандартов различных доходных групп и сдвиг этой линии за период 2003–2017 гг.

Важным аспектом уровня жизни людей являются их **жилищные условия**. Как видно из приведенных выше данных, россияне в целом чаще удовлетворены, чем не удовлетворены ими, хотя количественно при этом преобладают средние оценки. Если же обратиться к объективным показателям качества жилищных условий, *то с ростом доходов возрастает как обеспеченность общей площадью в расчете на одного члена семьи, так и обустроенность жилья с точки зрения наличия в нем коммунальных удобств.* Так, среднее значение общей площади в расчете на одного члена семьи составляет для бедных 17 кв. м, уязвимых — 20 кв. м, в медианной группе — 22 кв. м, в среднедоходных слоях — 24 кв. м, а в высокодоходных слоях — 26 кв. м. Наличие всех коммунальных удобств также дифференцировано по разным доходным группам и характерно лишь для 60% бедных и 73% уязвимых при 80% в медианной

группе, 91% у среднедоходных и 97% у высокодоходных россиян. В этом отношении сказываются различия в локализации представителей разных доходных групп и дифференциация возможностей населения в разных типах поселений — при переходе от крупных городов к более мелким типам поселений доля не имеющих хотя бы части коммунальных удобств растет, как и доля представителей нижних доходных групп.

Что же касается наличия в собственности у представителей разных доходных групп основного жилья (квартиры или дома), то по этому параметру они дифференцированы не так сильно — от 85 до 95% в каждой из доходных групп имеют в собственности квартиру или дом, хотя и площадь, и качество их, как было показано выше, различаются довольно сильно. В значительно большей степени доходные группы отличаются наличием дополнительной недвижимости — дачи или второго жилья (рис. 1.7). Запас прочности, который они обеспечивают, как и дополнительные возможности расширенного потребления (например, возможности отпуска на даче), заметно различаются для групп, дифференцированных по уровню текущих доходов. При этом медианная группа вновь демонстрирует типичную для россиян в целом ситуацию — наличие дачи характерно для 25% ее представителей (эта доля в ней максимальна в крупных городах — там она составляет почти половину), а доля имеющих вторую квартиру составляет менее 5%, и наличие ее в большей степени характерно для жителей областных и районных центров.



Рис. 1.7. Наличие дополнительной недвижимости у представителей разных доходных групп, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., %

Другая важная характеристика интегрального уровня жизни — это **наличие товаров длительного пользования** (ТДП), которые также вносят значимый вклад в потребительские стандарты разных групп и задают «планки» определенного уровня жизни (табл. 1.31).

Таблица 1.31

Наличие товаров длительного пользования в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., %⁶

Товары длительного пользования	Бедные	Уязви- мые	Меди- анная группа	Сред- недо- ходные	Высо- кодо- ходные
Холодильник	100	100	99	99	100
Телевизор	99	99	99	99	98
Пылесос	87	91	90	91	93
Мобильный телефон	87	87	81	74	80
Стиральная машина-автомат	81	88	90	95	98
Кухонная бытовая техника	76	82	82	88	91
Компьютер, в т. ч. ноутбук	67	71	67	83	91
Автомобиль	56	57	58	71	74
Айфон, смартфон	43	46	48	64	74
Планшет, айпад	35	36	38	50	69
Видеокамера, цифровой фотоаппарат	33	41	39	50	59
Кондиционер	15	18	18	23	40
Посудомоечная машина	10	10	10	16	40

«Стандартный» товарный набор, которым обладают более половины представителей всех доходных групп населения России, включает в себя холодильник, телевизор, пылесос, стиральную машину-автомат, мобильный телефон, кухонную технику, компьютер или ноутбук, автомобиль. Такой набор характеризует положение бедных, уязвимых и представителей медианной группы, которые в этом отношении оказываются достаточно близки между собой — некоторые различия в обладании теми или иными пред-

⁶ Упорядочено по наличию ТДП у бедного населения. Серым фоном выделены товары длительного пользования, имеющиеся у более чем 50% доходной группы.

метами между ними наблюдаются, но они не велики. Даже в отношении наличия автомобилей показатели в этих группах похожи (56–58%), только среди бедных две трети имеющихся у них автомобилей — это машины отечественных марок, преимущественно старые, а в медианной группе численность владельцев иномарок и владельцев отечественных машин одинакова.

Что же касается представителей благополучного населения — среднедоходных и высокодоходных россиян, — то для них стандартный набор расширяется за счет смартфонов, планшетов, цифровой техники (видеокамеры или фотоаппарата), а для высокодоходных россиян — еще и автомобиля-иномарки. Таким образом, *в отношении обеспеченности товарами длительного пользования основные различия между доходными группами связаны с цифровой техникой — смартфонами, планшетами, спутниковыми антеннами, а также с обеспеченностью их не автомобилем как таковым, а наличием автомобиля-иномарки. Именно в возможности приобретения дополнительного имущества вне базового набора ТДП проявляются основные возможности стилевого потребления, имеющиеся у благополучного населения, но отсутствующие у остальных россиян.* Стоит подчеркнуть, что различия в товарных наборах демонстрируют не только разрыв в уровне материального благополучия доходных групп, но и различия в жизненных шансах их представителей, поскольку они обеспечивают качественно разные возможности досуга, самообразования, освоения цифровых технологий (которые в дальнейшем могут быть использованы, например, на рабочем месте) и пр.

Прогнозируя изменение товарного набора медианной группы, отражающей стандарты жизни типичного россиянина, можно ожидать расширения присутствия в их домохозяйствах инновационной техники, уже прочно вошедшей в обиход среднедоходной группы. Тенденции обновления представителями разных доходных групп своего товарного набора даже в условиях экономического спада 2014–2016 гг. подтверждают этот вывод — хотя это обновление в условиях кризиса проходило не слишком активно, стандартные наборы медианной и среднедоходной групп за 2014–2017 гг. достаточно заметно расширились, и именно за счет относительно сложной техники (рис. 1.8). В этом отношении россияне демонстрируют высокую готовность к освоению инновационных

товаров при наличии такой возможности. Можно ожидать, что среднедоходное население и вслед за ним медианная группа будут постепенно переводить эти товары из категории инновационных в элементы расширенного набора товаров длительного пользования для всего населения. Начинается переход в расширенный набор и автомобиля-иномарки, которым уже обладает почти половина (46%) среднедоходной группы и более половины (57%) высокодоходных слоев.

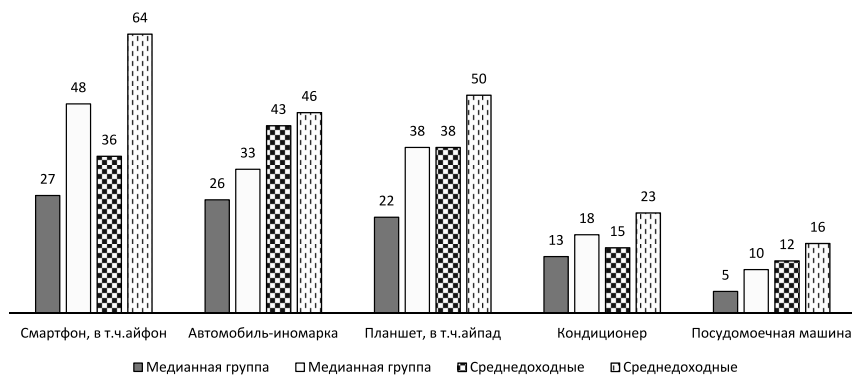


Рис. 1.8. Динамика наличия некоторых товаров длительного пользования в медианной и среднедоходной группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2014–2017 гг., %

В этом контексте неудивительно, что использование компьютерных технологий в повседневной жизни также дифференцировано в группах, выделенных по основаниям уровня текущего дохода. Так, компьютером ежедневно пользуется более половины благополучного населения (60% среднедоходных и 66% высокодоходных) и менее половины остальных россиян (38% бедных, 43% уязвимых и 40% медианной группы). К Интернету ежедневно обращаются 68% высокодоходных и 63% среднедоходных россиян и менее половины в других доходных группах. Вообще не пользуются компьютером (в т. ч. по причине отсутствия соответствующих навыков) 32% бедных, 29% уязвимых, 33% медианной группы при 14% среднедоходных и 5% высокодоходных. Таким образом, *неравенства в цифровом потреблении накладываются на неравенства доходов, усугубляя плачевное положение менее благополучного насе-*

ления, поскольку разный доступ к ИКТ определяет не только различия в доступном досуге, но и в доступе к информации, образовательным возможностям, шансам на рынке труда.

Если обратиться к динамике обеспеченности россиян товарами длительного пользования в более длительной перспективе, то данные свидетельствуют о том, что стандарт жизни всех доходных групп в этом отношении за последние полтора десятилетия заметно вырос (табл. 1.32). При этом *в наибольшей степени изменилась жизнь неблагополучной части населения — поскольку в 2003 г. их обеспеченность товарами длительного пользования была очень невысока и ограничивалась товарами первой необходимости, произошедшие изменения имели для них более значимый характер, чем для среднедоходных и особенно высокодоходных россиян, которые и до этого уже отличались расширенными наборами товаров длительного пользования.*

Так, в стандартный набор даже относительно неблагополучной части населения за это время стали входить автомобили, кухонная техника, мобильные телефоны и компьютеры, которыми в 2003 г. обладало меньшинство каждой из трех нижних доходных групп. В разы выросла за период 2003–2017 гг. во всех доходных группах и доля тех, кто имеет в своих домохозяйствах редкие и престижные для российского общества в целом товары — кондиционеры или посудомоечные машины, хотя в этом отношении положение высокодоходных россиян продолжает качественно отличаться от остальных. Отметим также, что среди двух верхних доходных групп снижается доля обладателей отечественных автомобилей при росте владельцев иномарок. В целом можно говорить о том, что *за последние полтора десятилетия потребительские возможности всех доходных групп (и особенно — занимающих среднее положение в модели доходной стратификации) в отношении ТДП качественно изменились, что отражает изменение потребительского стандарта жизни населения страны в целом и практически полное исчезновение россиян, существующих на уровне стандарта выживания даже среди неблагополучных по доходам групп.* Не случайно практически одинаковая доля почти всех доходных групп (примерно каждый десятый) имеет два автомобиля, и только среди высокодоходных россиян этот показатель вырастает вдвое, т. е. в этой группе два автомобиля в семье можно встретить уже у каждого пятого домохозяйства.

Таблица 1.32

Динамика наличия некоторых товаров длительного пользования в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2003–2017 гг., % (отранжировано по обеспеченности ТДП бедных в 2017 г.)⁷

Товары длительного пользования	Бедные		Уязвимые		Медианная группа		Среднедоходные		Высокодоходные	
	2003	2017	2003	2017	2003	2017	2003	2017	2003	2017
Мобильный телефон / смартфон	8	97	7	97	12	96	26	97	55	98
Кухонная техника	24	76	19	82	31	82	51	88	69	91
Компьютер	7	67	4	71	13	67	25	83	48	91
Автомобиль, в т. ч.	25	56	22	57	28	58	41	71	60	74
<i>отечественный</i>	21	40	20	36	26	34	36	33	44	38
<i>иномарка</i>	4	26	2	29	2	33	7	46	21	57
Видеокамера, цифровой фотоаппарат	4	33	4	41	4	39	9	50	21	59
Кондиционер	1	15	1	18	1	18	2	23	7	40
Посудомоечная машина	1	10	1	10	0	10	1	16	4	40

Можно констатировать также, что за последние 15 лет имущественные наборы разных доходных групп стали отличаться в меньшей степени, чем раньше. Хотя наиболее дорогая и инновационная техника по-прежнему продолжает дифференцировать между собой доходные группы, демонстрируя более благополучное положение высокодоходных и среднедоходных россиян по сравнению с остальными, но в целом особенности качества их жизни сейчас уже в меньшей степени проявляются через обеспеченность товарами длительного пользования. Об этом свидетельствуют, в частности, в большинстве своем схожие «стандартные» наборы неблагополучного (трех нижних доходных групп) и благополучного населения (двух верхних). Такому положению дел способствовали, видимо,

⁷ Серым фоном выделены товары длительного пользования, имеющиеся у более чем 50% доходной группы.

как особенности потребительского поведения россиян, активно направлявших в последние годы появляющиеся денежные средства именно на покупку товаров длительного пользования, так и расширившиеся возможности потребительского кредитования, которым, как будет показано ниже, активно пользовались представители небогатых групп по доходам.

Однако преувеличивать масштабы тенденции выравнивания домашнего имущества представителей разных доходных групп также не стоит. Во-первых, сохраняются довольно заметные различия в общем числе видов домашнего имущества — так, медианное значение числа имеющихся ТДП в домохозяйствах бедных, уязвимых и медианных составляет 8, у среднедоходных — 9, а у высокодоходных — 10 предметов из 13, наличие и «возраст» которых замерялись в опросе. Во-вторых, качество этого имущества также принципиально различно, как и качество тех «квадратных метров», которые находятся в их собственности. В частности, медианное количество относительно новых (не старше 7 лет) товаров длительного пользования составляет 4 у бедных, 5 у уязвимых и медианной группы, 6,5 у среднедоходных и 8 из 13 у высокодоходных россиян.

Особенности потребительского поведения разных групп проявляются также в их практиках **использования платных услуг** (табл. 1.33). Наиболее распространенным типом используемых платных услуг выступают медицинские услуги, являющиеся зачастую жизненно необходимыми. К таким услугам за последние три года прибегали от трети бедных (37%) до более половины высокодоходных россиян. Платные образовательные услуги для взрослых при этом в равной степени распространены во всех доходных группах — их используют около 10% населения независимо от уровня текущих доходов. В то же время использование оздоровительных услуг для взрослых достаточно заметно дифференцирует разные доходные группы — к использованию таких услуг обращаются 6% бедных и 17% высокодоходных россиян. Еще больший разрыв характерен для поездок за границу, которые относительно распространены только в двух верхних доходных группах (13% среди среднедоходных россиян и 19% высокообеспеченных оплачивали за последние три года туристические или образовательные поездки за рубеж). И хотя эти услуги не являются жизненно необходимыми, они обеспечивают очень разное качество жизни.

В целом возрастает по мере роста доходов и интенсивность использования россиянами различных услуг для детей — особенно заметны различия в использовании для них оздоровительных услуг. Таким образом, *доходное неравенство частично определяет и степень неравенства, связанного с возможностями инвестировать в человеческий капитал — как свой собственный, так и своих детей. Разный уровень инвестиций, в свою очередь, будет способствовать сохранению и нарастанию различий между группами в будущем с точки зрения качества их жизни и имеющихся жизненных возможностей, обеспечивая фактически их социальное воспроизводство.*

Таблица 1.33

Использование платных услуг в разных доходных группах за последние три года перед опросом, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., % (отранжировано по бедным)

Использовали за счет собственных средств за последние три года перед опросом	Бедные	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные
Платные медицинские услуги для взрослых	37	37	43	50	55
Платные образовательные услуги для детей*	23	23	30	40	28
Платные медицинские услуги для детей*	22	20	23	24	37
Платные образовательные услуги для взрослых	10	11	11	11	10
Платные оздоровительные услуги для детей*	10	10	14	19	25
Платные оздоровительные услуги для взрослых	6	5	8	13	17
Туристические или образовательные поездки за рубеж	3	4	5	13	19

* От имеющих в составе домохозяйств несовершеннолетних детей.

Что же касается изменений, произошедших в использовании платных услуг по сравнению с 2003 г., то наиболее яркое из них — это снижение использования образовательных услуг для взрослых.

В 2003 г. их распространенность была выше во всех доходных группах — их оплачивали 15–19% неблагополучного (в 2017 г. — 10–11%) и 30–35% благополучного (в 2017 г. — 10–11%) населения. Кроме того, уровень использования платных образовательных услуг для взрослых в 2003 г. дифференцировал группы между собой, а к настоящему моменту эти различия сгладились.

С учетом приведенных выше данных об обеспеченности товарами длительного пользования и потребительскими возможностями в сфере питания, одежды, досуга, это дает основания сделать вывод о том, *что свободные средства направлялись россиянами в последние полтора десятилетия, прежде всего, на потребительские расходы, в то время как их инвестиции в человеческий капитал, наоборот, сокращались.*

Продолжая обсуждение особенностей финансового поведения средних слоев, обратимся к вопросу об имеющихся у них **сбережениях и задолженностях**. Стратегии сберегательного поведения или же накопления долгов в разной степени распространены в тех или иных доходных группах. Наличие сбережений — как в целом, так и достаточно крупных, способных выступать основой обеспечения реального «запаса прочности», — нарастает по мере перехода от менее благополучных с точки зрения их текущих доходов к более благополучным группам. Среди бедных сбережения имеют только 15%, причем в подавляющем большинстве это сбережения небольшого объема, не позволяющие прожить на них год и более. По мере роста доходов соответствующая доля растет, составляя 23% среди уязвимых и 31% среди медианной группы, но начинает превышать хотя бы треть только среди среднедоходных и высокодоходных россиян (38 и 44% соответственно), причем в этих группах заметно чаще встречаются и сбережения большого объема (11 и 15%).

Что касается долговых обязательств различного типа, то их наличие, наоборот, нарастает по мере снижения величины текущих доходов, создавая дополнительную нагрузку на бюджеты неблагополучных домохозяйств и приводя последних к дополнительным рискам бедности. Максимальная доля имеющих долговое обязательство хотя бы одного типа наблюдается в наименее благополучной группе — среди бедных, — достигая в ней почти 60% (табл. 1.34).

Таблица 1.34

Наличие кредитов и сбережений в разных доходных группах,
данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., %

Сбережения и кредиты	Бед- ные	Уяз- ви- мые	Меди- анная группа	Сред- недо- ход- ные	Высо- кодо- ход- ные
Сбережения, достаточные, чтобы прожить на них не менее года	2	5	7	11	15
Сбережения, недостаточные для того, чтобы жить на них длительное время	13	18	24	27	29
Итого — сбережения любого объема	15	23	31	38	44
Невыплаченные полностью кредиты в банках	40	31	26	29	28
Накопившиеся мелкие долги	22	18	12	13	16
Долги по квартплате более чем за два месяца	17	6	5	4	3
Крупные долги частным лицам	3	2	2	1	3
Невыплаченные полностью кредиты у себя на работе	2	2	2	3	1
Итого — любые виды долговых обязательств⁸	58	44	36	41	39
<i>Имеют одновременно сбережения и долговые обязательства</i>	<i>3</i>	<i>5</i>	<i>4</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
<i>Пассивное финансовое поведение (ничего из вышеперечисленного не имеют)</i>	<i>30</i>	<i>38</i>	<i>36</i>	<i>28</i>	<i>25</i>

Кроме того, хотя даже в наиболее благополучных группах доля имеющих долговые обязательства превышает треть, последствия этой долговой нагрузки для разных групп совершенно различны. Это связано не столько с тем, что в благополучных группах кредиты относительно чаще соседствуют со сбережениями (в настоящий момент эти стратегии все-таки скорее не пересекаются даже для них), но и с тем, что в подавляющем большинстве случаев для

⁸ Поскольку часть респондентов имела одновременно долговые обязательства разных типов, показатели в данной строке меньше суммы отдельных видов долговых обязательств.

них характерно наличие лишь одного вида долговых обязательств, в то время как в наименее благополучных группах встречается одновременное наличие долгов разных типов. В целом все виды долговых обязательств чаще встречаются в неблагополучных доходных группах — от кредитов в банках, которые их представителям удивительным образом удается получать при фактическом отсутствии подтверждений их платежеспособности, до задолженности по квартплате.

Таким образом, *наличие сбережений в большей степени характерно для более благополучного населения, выступая для его представителей дополнительной гарантией сохранения устойчивого материального положения. В то же время те или иные долговые обязательства характеризуют в большей степени менее благополучное население, усиливая для него риски дальнейшего ухудшения ситуации в сложных экономических условиях.*

Обратимся теперь к тому, каким образом россияне из разных доходных групп пытаются изменить свое положение к лучшему. Отвечая на вопрос о том, какие **действия** они использовали **для улучшения своего материального положения**, лишь менее трети из них отметили, что вообще ничего для этого не предпринимали. Среди них половина (16% всего населения) не имели такой необходимости, в то время как остальные (15% всего населения) считали, что ничего не могли сделать для улучшения своего положения. Численность «бездействующих» в доходных группах различалась — так, *ничего не предпринимали, поскольку не видели в этом необходимости, 7% бедных, 10% уязвимых, 17% медианной группы, 18% среднедоходных и 22% высокодоходных россиян.* Доля тех, кто не пытался улучшить свое положение, поскольку ничего не мог для этого сделать, не демонстрировала линейной зависимости и была максимальной среди уязвимых (19%) и медианной группы (16%) и минимальной в полярных доходных группах — по 10% среди бедных и высокодоходных.

Прежде чем переходить к анализу конкретных действий и стратегий, которые предпринимают представители разных групп для улучшения своего положения, необходимо отметить, что интенсивность этих действий, как показывает анализ их динамики, не связана напрямую с этапом экономического цикла, который проходит российское общество. Численность группы россиян, не предпринимающих

никаких действий для улучшения своего материального положения по причине отсутствия такой необходимости, достаточно устойчива в общей структуре российского общества независимо от общего состояния экономики. Так, в разгар предыдущего кризиса, в 2009 г., соответствующая группа составляла 13%; накануне последнего кризиса, весной 2014 г., в нее входили 16% россиян, и эта доля не изменилась за три последующих кризисных года. Одновременно с этим численность группы, представители которой ничего не предпринимают, т. к. не видят возможности что-то изменить, с 2015 г. заметно сократилась (с 21 до 15%), хотя несколько лет до этого также характеризовалась достаточной устойчивостью. Возможно, осознание того, что происходящие в стране экономические изменения будут носить не краткосрочный, а среднесрочный или даже долгосрочный характер, заставляет население все же искать какие-либо возможности адаптации к новым экономическим условиям.

Судя по данным о динамике использования населением различных практик улучшения своего материального положения в последние годы, реакцией на кризис можно считать в первую очередь более активное обращение к занятости на приусадебных участках. Остальные действия были в схожей степени распространены и в благополучный с точки зрения экономического положения населения период накануне кризиса 2014–2016 гг. — в частности, это касается практик, связанных с накоплением и использованием человеческого капитала (получение образования, действия на рынке труда). *Таким образом, последний экономический кризис не стал катализатором распространения активных практик, которые могли бы заложить фундамент для дальнейшего устойчивого развития.*

Как в этом отношении различаются практики и стратегии разных доходных групп? Все практики, которые так или иначе используют россияне для улучшения своего положения, на основании результатов проведенного факторного анализа⁹ можно объединить в четыре крупных стратегии. Первая из них объединяет действия, связанные с рынком труда: практики совместительства, разовых или временных приработков, сезонные заработки и переквалификацию (их применяли в общей сложности 45% всех россиян, или 52% трудоспособного населения). Вторая связана

⁹ Факторный анализ методом главных компонент с вращением Варимакс.

с использованием приусадебного участка и выращиванием продуктов для себя или на продажу (34%). Третья стратегия охватывает попытки краткосрочного привлечения финансовых средств через пути, не связанные с рынком труда, — займы, помощь родственников, распродажа имеющегося имущества (19%). Наконец, отдельно выделяется рентная стратегия, связанная с получением дохода от сдачи в аренду имеющегося имущества или процентов от сбережений, которая распространена в целом не очень широко (5%). Выделенные стратегии в разной степени характерны для различных доходных групп (табл. 1.35). *Представители бедных заметно чаще других прибегают к использованию подсобного хозяйства — почти в половине случаев, а также к не связанному с рынком труда привлечению финансовых ресурсов — такую стратегию использовала треть из них. Высокодоходные россияне в разы чаще остальных использовали рентную стратегию, предполагающую наличие ресурсов, способных приносить значимый доход, а к использованию подсобного хозяйства прибегали лишь в четверти случаев.*

Таблица 1.35

Стратегии улучшения своего материального положения в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., %

Стратегии улучшения материального положения	Бедные	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные
Действия на рынке труда*	53	54	53	56	46
Использование ЛПХ	47	37	37	28	25
Ситуационное привлечение финансовых средств	33	20	18	17	16
Рентная стратегия	3	3	3	5	12
<i>Ничего не предпринимали, т. к. ничего не могут сделать для улучшения своего положения</i>	10	19	16	12	10
<i>Ничего не предпринимали, т. к. в этом нет необходимости</i>	7	10	17	18	22

* От трудоспособного населения.

Что касается наиболее распространенной среди россиян стратегии — действий на рынке труда (с помощью которых от 46 до 56% россиян в трудоспособном возрасте из каждой доходной группы пытались улучшить весной 2017 г. свое положение), то, хотя ее можно охарактеризовать как активную, осуществляемые в рамках нее действия не всегда являются при этом эффективными и успешными. Так, только 22% трудоспособных россиян называли среди своих основных источников дохода разовые приработки и 8% — совместительство, хотя доли пытавшихся использовать эти практики были заметно выше. Доли использующих и совместительство, и разовые приработки были максимальны в наиболее благополучной по доходам группе, а минимальны — среди бедных и уязвимых (рис. 1.9). Использование этих практик в медианной группе при этом репрезентировало среднюю картину по населению в целом. Таким образом, *стратегия диверсификации трудовых источников доходов для адаптации к новым экономическим условиям характерна (и оказывается эффективной), прежде всего, для более благополучного по уровню своих доходов населения.*

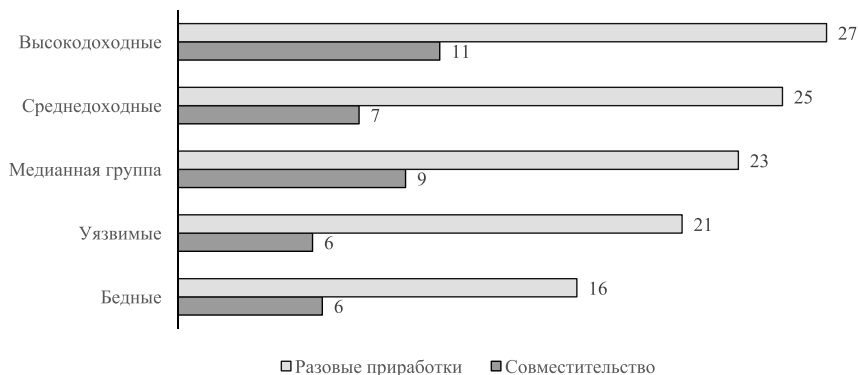


Рис. 1.9. Совместительство и разовые приработки как одни из основных источников доходов в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., % от трудоспособного населения

Второй по степени распространенности стратегией улучшения материального положения, ярко демонстрирующей типичную реакцию россиян на ухудшение экономических условий в стране, является использование личного подсобного хозяйства для самообе-

спечения различными продуктами питания или выращивания их на продажу. Эта стратегия выступает традиционной для россиян в периоды экономических спадов: в ходе кризиса в 2009 г. ее придерживались 29%, в благополучный период весной 2014 г. соответствующая доля снизилась до 22%, но по мере развития нового витка экономического кризиса вновь возросла, охватив весной 2017 г. более трети населения. При этом подсобные участки значительно чаще используются в целях самообеспечения, чем для получения дохода от продажи выращенного, что подчеркивает общий пассивный характер данной стратегии. В разных доходных группах, как уже было отмечено выше, она используется с разной интенсивностью, и наиболее часто — бедным населением. Неудивительно, что подсобное хозяйство как один из основных источников дохода также чаще упоминают представители неблагополучного населения, хотя присутствует оно в этом качестве в жизни всех доходных групп (так, это свойственно 24% бедных, 17% уязвимых, 16% медианной группы, 12% среднедоходных и 14% высокодоходных россиян). При этом среди бедных и уязвимых о таком источнике дохода преимущественно упоминают жители сел, а в остальных доходных группах к ним присоединяются даже жители мегаполисов, имеющие возможность использовать в качестве дополнительного ресурса дачные участки.

Достаточно широко распространена и другая пассивная стратегия улучшения своего материального положения — через займы, получение помощи от родных и друзей, продажу имеющегося имущества. Какие-либо практики из этой группы использовал каждый третий бедный — в то время как среди высокодоходных аналогичная доля составляла весной 2017 г. 16%. Однако такие действия могут быть успешными только в краткосрочном периоде, для борьбы с ситуационными проблемами, но не для избавления от их причин.

Наконец, рентная стратегия, подразумевающая использование имеющихся ресурсов, сколь-либо заметно присутствует только у благополучного населения, что находит отражение и в специфике их источников дохода: среди основных своих источников доходы от собственности, сдачи в аренду имущества, процентов по вкладам называют 1% бедных и уязвимых, 2% медианной группы, 5% среднедоходных и 13% высокодоходных россиян.

Таким образом, *доходные группы в силу различия доступных для их представителей возможностей дифференцируются и по используемым стратегиям улучшения своего положения, и по их эффективности. Менее благополучные группы в большей степени полагаются на пассивные и краткосрочные по своему эффекту стратегии, более благополучные чаще успешно используют активные долгосрочные стратегии или же вообще не испытывают необходимости в дополнительных действиях в этом отношении.*

До сих пор речь шла преимущественно про материальные аспекты, формирующие уровень и качество жизни представителей разных доходных групп. Однако жизненные ситуации их представителей различаются и в отношении других аспектов. Так, например, данные показывают, что уровень дохода определяет очень разный **эмоциональный фон повседневной жизни** россиян (табл. 1.36). Для бедных и уязвимых в непростой ситуации, сложившейся к 2017 г. в России, доминирующими являлись негативные чувства, которые постоянно испытывали более половины из них. В медианной группе позитивное эмоциональное состояние начинало доминировать над негативным, хотя и незначительно, а в наиболее благополучных группах — среди среднедоходных и высокодоходных россиян — соотношение позитивных и негативных чувств составляло уже 60 к 40. При этом для бедных и уязвимых в заметно большей степени, чем для представителей остальных доходных групп, характерным психологическим состоянием была тревога.

Другим примером являются оценки, которые представители разных доходных групп дают различным сторонам своей жизни, связанным с социальным окружением (семьей, друзьями), положением в производственных отношениях, здоровьем и личной безопасностью. По всем этим **нематериальным аспектам жизни**, определяющим ее качество, оценки разных доходных групп различаются очень значительно (табл. 1.37). Особенно велики эти разрывы в отношении положения на работе и уровня здоровья, а также оценки жизни в целом, где доля положительных оценок среди высокодоходных слоев более чем в три раза превышает аналогичную долю для бедного населения.

Таблица 1.36

Динамика социально-психологического состояния представителей разных доходных групп, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г., %¹⁰

Преобладающее повседневное эмоционально-психологическое состояние	Бедные	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные
Спокойствие, уравновешенность	43	44	50	54	52
Эмоциональный подъем	2	4	4	6	8
<i>Итого — позитивное социально-психологическое состояние</i>	<i>45</i>	<i>48</i>	<i>54</i>	<i>60</i>	<i>60</i>
Тревога	28	24	19	19	15
Раздражение	9	10	9	6	9
Безразличие, апатия	16	15	15	13	13
Озлобленность	2	2	3	1	2
Агрессия	0	1	0	1	1
<i>Итого — негативное социально-психологическое состояние</i>	<i>55</i>	<i>52</i>	<i>46</i>	<i>40</i>	<i>40</i>

Таблица 1.37

Самооценка различных сторон жизни, не относящихся к потреблению, в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2017 г. *(отражено нарастание разрыва между бедными и высокодоходными)*

Оценка различных сторон жизни	Бедные	Уязвимые	Медианная группа	Среднедоходные	Высокодоходные
<i>Уровень личной безопасности</i>					
хороший	19	27	35	34	28
плохой	10	9	6	6	4

¹⁰ Темным фоном и белым шрифтом в каждой доходной группе выделено доминирующее социально-психологическое состояние.

Продолжение табл. 1.37

<i>Отношения в семье</i>					
хорошие	45	51	58	62	61
плохие	8	4	4	3	6
<i>Возможности общения с друзьями</i>					
хорошая	37	39	48	52	58
плохая	8	5	6	4	3
<i>Состояние здоровья</i>					
хорошее	16	19	26	31	41
плохое	18	17	17	9	7
<i>Ситуация на работе*</i>					
хорошая	15	21	31	32	37
плохая	19	16	11	9	5
<i>Жизнь в целом</i>					
хорошая	12	17	27	35	41
плохая	13	9	5	4	3
<i>Возможность реализовать себя в профессии**</i>					
хорошая	14	23	32	34	47
плохая	31	22	15	10	5

* От работающих.

** От трудоспособных.

Безусловно, зависимость между уровнем доходов, с одной стороны, и здоровьем и ситуацией на рынке труда — с другой, носит двусторонний характер: низкий уровень доходов может являться как причиной, так и следствием этих факторов. Но в любом случае показатели по ряду нематериальных сторон жизни и интегральные оценки жизни в целом среди представителей разных доходных групп демонстрируют, что *они находятся в ситуации не только неравенства текущих доходов и связанных с ним неравенств в возможностях потребления, но и в «матрице» накладывающихся на них немонетарных неравенств, определяющих различия в общем качестве*

их жизни, в т. ч. в отношении ее нематериальных аспектов — социальных отношений, психологического состояния и здоровья, положения в системе производственных отношений и т. п.

В этой связи неудивительно, что и **возможности достижения жизненных целей**, оценку которых дают для себя сами россияне, оказались очень тесно связаны с доходами. Шансы достичь успехов в сферах, как наиболее достижимых в представлениях населения (связанных, прежде всего, с созданием комфортного микромира — крепкой семьей и хорошими детьми, надежными друзьями, своей квартирой, интересной работой, в которой можно достичь профессионализма, возможностью прожить свою жизнь честно и не хуже других), так и желаемых, но недостижимых, по мнению большинства, для рядового россиянина (стать знаменитым, добиться власти, влияния), заметно различались в разных доходных группах. Причем это относилось не только к целям, так или иначе связанным с уровнем дохода, — желанием иметь отдельную квартиру, жить не хуже других, побывать в разных странах мира, стать богатым человеком, но и, например, к возможностям получить хорошее образование и найти интересную и любимую работу, стать профессионалом, сделать карьеру. Различия прослеживаются даже по таким базовым целям, связанным с микромиром, как наличие надежных друзей и счастливой семьи — представители наименее благополучных с точки зрения доходов групп реже считают, что смогут этого добиться, хотя и хотели бы включить эти цели в свои жизненные планы. С другой стороны, высокодоходные россияне были скорее уверены в возможности достичь абсолютно всех желаемых для себя целей — доля считающих, что им не удастся чего-то добиться, не превысила половины ни для одной из сфер достижения успехов (табл. 1.38). Среднедоходные россияне занимают в этом отношении промежуточное положение — более половины из них сомневается только в достижении таких целей, как богатство и известность, а остальные цели кажутся им скорее достижимыми, хотя и в разной степени.

Таким образом, *представители низкодоходных групп населения характеризуются не только низким качеством жизни, но и отсутствием возможностей реализовывать желаемые жизненные модели даже в тех аспектах, которые не связаны напрямую с уровнем жизни и доходами.*

Таблица 1.38

Жизненные планы россиян и оценка реалистичности их достижения в разных доходных группах, данные ИС ФНИСЦ РАН, 2015 г., % от трудоспособного населения¹¹

Цели, которых хотелось бы достичь, но вряд ли смогут добиться (% от тех, кто включал это в свои жизненные планы)	Бедные	Уязвимые	Средняя группа	Средне-доходные	Высоко-доходные
Стать знаменитым	68	69	60	56	50
Стать богатым человеком	71	69	64	53	38
Иметь доступ к власти	64	63	62	49	33
Иметь собственный бизнес	64	56	51	44	35
Побывать в разных странах мира	67	61	47	31	17
Влиять на то, что происходит в обществе или том месте, где живут	52	57	54	41	39
Занять высокое положение в обществе	58	58	47	33	28
Получить престижную работу	52	45	34	24	14
Иметь много свободного времени и проводить его в свое удовольствие	46	48	38	38	31
Сделать карьеру (профессиональную, политическую или общественную)	48	35	24	17	14
Заниматься любимым делом	44	31	20	16	11
Получить хорошее образование	35	32	27	19	11
Иметь интересную работу	32	26	15	12	9
Стать хорошим профессионалом в своем деле	25	15	9	8	4

¹¹ Темным фоном и белым шрифтом выделены значения не менее 50%, светло-серым — не менее 33%. Данные приведены от тех, кто включал соответствующие цели в свои жизненные планы.

Продолжение табл. 1.38

Иметь свою отдельную квартиру/дом	22	17	10	8	7
Жить не хуже других	22	15	10	7	4
Создать счастливую семью	16	8	8	5	4
Иметь надежных друзей	11	8	3	4	4
Честно прожить свою жизнь	11	7	3	5	3
Воспитать хороших детей	10	6	5	5	4

Подведем итоги.

Повседневная жизнь попадающих в опросы массовых групп населения, дифференцированных по уровню их доходов, значительно различается. Представители различных доходных групп характеризуются не только заметно отличающимися жизненными шансами в сферах потребления и более высоким «запасом прочности», но и разными возможностями добиться желаемой модели жизни в целом, даже в тех ее аспектах, которые не связаны напрямую с уровнем доходов (социальное окружение, социально-психологическое состояние, положение в системе производственных отношений и пр.). Типичные модели жизни низкодоходных групп населения характеризуются высокой степенью неудовлетворенности большинством ее аспектов и ощущением невозможности добиться многих желаемых жизненных целей. В итоге различные немонетарные неравенства в большей степени затрагивают группы, страдающие от доходных неравенств, не сглаживая, а еще более усугубляя их. Доходное неравенство частично определяет и степень неравенства, связанного с возможностями инвестировать в человеческий капитал — как свой собственный, так и своих детей; разный уровень инвестиций, в свою очередь, будет способствовать сохранению и нарастанию различий между группами в будущем с точки зрения качества их жизни и имеющихся жизненных возможностей, а значит — и их социальному воспроизводству.

«Точки перелома», в которых тенденции преобладания негативных оценок над позитивными меняются на противоположные, проходят для многих потребительских аспектов жизни между медианной и среднедоходной группами, что свидетельствует о том,

что именно здесь проходит граница между благополучным и неблагополучным населением в современной России: к первым относятся среднедоходные и высокодоходные россияне, ко вторым — бедные, уязвимые и, в ряде аспектов, представители медианной группы. Однако при этом в других аспектах жизни медианная группа выходит из границ неблагополучия, занимая скорее промежуточное положение на границе неблагополучного и благополучного населения, что отражает и общее состояние неустойчивого и очень скромного благополучия как типичного для населения современной России. Кроме того, благополучное население также неоднородно — уровень жизни среднедоходных и высокодоходных россиян очень различается.

Тем не менее динамика различных индикаторов потребления в период 2003–2017 гг. дает основания говорить о произошедших в этот период качественных положительных изменениях материального положения и потребительских возможностей населения, которые затронули все без исключения доходные группы, хотя и в разной степени. В наибольшей степени положительные изменения потребительского стандарта коснулись медианной группы россиян. Постепенное повышение потребительского стандарта в отношении товаров длительного пользования (связанное в т. ч. с тем, что свободные средства активно направлялись россиянами именно на их покупку) привело к тому, что за последние 15 лет имущественные наборы разных доходных групп стали отличаться в меньшей степени, чем раньше. В то же время сильным дифференцирующим признаком продолжает служить для них наличие «запаса прочности» — дополнительной недвижимости (второе жилье, дача и т. п.) и сбережений. Различаются для них и те риски, с которыми им приходится сталкиваться, в частности — связанные с разной кредитной нагрузкой.

В силу того, что представителям разных доходных групп доступны разные возможности, они заметно дифференцируются также по используемым стратегиям улучшения своего положения и по их эффективности. Менее благополучные группы вынуждены в большей степени полагаться на пассивные и краткосрочные по своему эффекту стратегии, более благополучные чаще успешно используют активные долгосрочные стратегии, предполагающие наличие определенного объема накопленных ресурсов, или же во-

обще не испытывают необходимости в дополнительных действиях в этом отношении.

Таким образом, и в плане их объективного положения, и в плане их субъективного восприятия своей жизни, и в плане их «социальных действий», в частности стратегий поведения под влиянием изменяющихся условий внешней среды, выделенные нами в рамках предложенной классификации доходные группы заметно различаются между собой. Это позволяет говорить о них как о реальных, а не статистических группах. В то же время стандарт жизни этих социальных групп сильно изменился за период, прошедший с начала 2000-х гг., что отражает общие изменения российского социума за это время. Учитывая это, далее мы более детально рассмотрим, что происходило не только с отдельными доходными группами, но и с самой моделью доходной стратификации российского общества в целом в последние десятилетия.