

Что мы покупаем, когда растут цены?



Авторы: НИКУЛИНА Юлия Николаевна, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ; АЛЕКСАНДРОВА Полина Владимировна, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ; ВОСКОВОЙНИКОВ Илья Борисович, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ; МЕТЛЯХИН Александр Игоревич, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ; ПАНЬКОВА Дарья Алексеевна, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ; ТЕРНОВСКИЙ Денис Сергеевич, Центр исследований производительности НИУ ВШЭ.

Работа выполнена в рамках реализации Большого проекта «Экономическое поведение домашних хозяйств» (руководители — заместитель директора Института социальной политики НИУ ВШЭ, к.э.н. О.В. Синявская; директор по внутренним исследованиям и академическому развитию студентов, И.А. Груздев; директор по обеспечению деятельности научного руководителя, Е.В. Кручинская), направленного на разработку и развитие инструментария, проведение анализа и мониторинг экономического поведения российских домашних хозяйств в новых экономических условиях.

Научные руководители проекта: Я.И. Кузьминов, В.В. Радаев, Л.Н. Овчарова.

Никулина Ю.Н., Александрова П.В., Воскобойников И.Б., Метляхин А.И., Панькова Д.А., Терновский Д.С. Что мы покупаем, когда растут цены? // НЭП: Новости экономического поведения. — М.: НИУ ВШЭ, 2025. — Вып. 5.

Информационный листок «НЭП: Новости экономического поведения» выходит под научной редакцией к.э.н. О.В. Синявской.

Об исследовании

Спрос на товары и услуги в экономике складывается из потребления домашних хозяйств, закупок инвестиционных товаров предприятиями, государственных расходов и чистого экспорта, причем потребление — самая большая составляющая спроса. Уровень потребления домашних хозяйств представляет особый интерес для государственной политики. Потребление является индикатором качества жизни, фактором ее продолжительности, используется в оценке уровня бедности, расслоения населения и продовольственной безопасности. На национальном уровне от потребления домохозяйств зависят производство и импорт, а через них — экономический рост.

В настоящем выпуске информационного листка представлены результаты исследования потребления российских домохозяйств, с акцентом на продукты питания, за период с 1999 по 2022 год по данным «Выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств» Росстата и макроэкономической статистики потребления. Данные отдельных домохозяйств агрегированы до регионального уровня, что позволяет укрупненно оценить неоднородность реакций потребителей на рост доходов, цен и экономические шоки.

Реакции потребления на изменение внешних факторов нами оцениваются с помощью модели потребительского спроса¹. Модель представляет собой систему индивидуальных уравнений, определяющих долю расходов потребителя на товары и услуги в зависимости от доходов и цен. Полученные результаты характеризуют репрезентативного регионального потребителя, поведение которого отражает как индивидуальную реакцию домохозяйств на изменение доходов и цен, так и межрегиональные различия в моделях потребления, описываемые устойчивыми во времени соотношениями доходов и относительных цен.

¹ В ее основе лежит «почти идеальная модель спроса» (Almost Ideal Demand System; AIDS), предложенная А. Дитоном и Дж. Мюлбауэром, за разработку которой А. Дитон получил Нобелевскую премию.

Ключевые выводы

- При росте цен на товары и услуги не только сокращается потребление подорожавшей категории, но и перестраивается вся структура потребительских расходов. Масштаб такой перестройки зависит, в числе прочего, от значимости этой категории в общем потреблении, количества возможных товаров-заменителей, а также индивидуальных предпочтений.
- При увеличении доходов домашних хозяйств перераспределение спроса на продукты питания происходит за счет роста доли потребления овощей, фруктов, молока и рыбы. При этом наблюдается сокращение доли потребления хлеба, сахара и картофеля. С точки зрения современных рекомендаций о рациональных нормах потребления продуктов качество рациона становится выше.
- В последние три десятилетия изменилась массовая модель потребления. Потребление сместилось от категорий удовлетворения базовых потребностей (продовольствие и товары первой необходимости) в сторону товаров длительного пользования и далее — в направлении расширения потребления услуг.
- Значительная часть потребления услуг приходится на нерыночные услуги, предоставляемые государством и бесплатные для домашних хозяйств. Например, государство предоставляет нерыночные услуги в сфере здравоохранения через систему обязательного медицинского страхования (ОМС). Рост государственного финансирования нерыночных услуг сокращает спрос на рыночные услуги в соответствующих сферах, но не вытесняет рыночные услуги полностью. При этом совокупное потребление услуг домохозяйствами растет.

Как меняется потребление продуктов при росте цен

Для всех продуктов питания характерно некоторое снижение их потребления домохозяйствами при росте цен, что интуитивно укладывается в представления о сокращении спроса с ростом цены. Различие между продуктами заключается в величине этого снижения². Если при росте цен на 1%

² Экономисты называют это эластичностью спроса по цене.

потребление сокращается менее чем на 1%, то такой спрос менее чувствителен к изменению цены (менее эластичен). Такая ситуация характерна для базовых для потребителя продуктов, товаров первой необходимости.

Несмотря на то что продукты питания в целом являются базовыми товарами, эластичность спроса по цене на отдельные категории заметно варьирует: снижение потребления в ответ на однопроцентное изменение цены находится в диапазоне от 0,66% в натуральном выражении (в кг) для растительного масла до 1,18% для фруктов (Рисунок 1). Относительно более устойчиво к изменению цен потребление масла, мяса, яиц и хлеба — спрос на них в случае роста цен сокращается меньше всего.

Если сокращение потребления в процентах равно или выше, чем рост цен в процентах, мы называем такой спрос чувствительным к изменению цены (более эластичным). Спрос российских домохозяйств наиболее чувствителен к изменению цен на фрукты и овощи. При росте цен на эти продукты на 1% потребление их в натуральном выражении сокращается более чем на 1% — на 1,18% и 1,08% соответственно.

Неожиданно достаточно высокую чувствительность к росту цен демонстрирует спрос на картофель³, что характерно скорее для более дорогих, не базовых для потребителя товаров. С одной стороны, это следствие использования модели репрезентативного регионального потребителя — оценка эластичности не только зависит от реакции отдельного домохозяйства на изменение цен, но и отражает различия в уровнях потребления картофеля в отдельных регионах, определяемые дифференциацией относительных цен⁴. В пределах одного или нескольких схожих регионов (одной модели потребления) эластичность спроса на картофель по цене будет низкой. При этом расхождения в уровнях потребления в регионах с относительно дорогим и относительно дешевым картофелем могут быть значительны, и именно они формируют полученное достаточно высокое значение эластичности.

С другой стороны, часть прироста эластичности может объясняться российской спецификой, связанной с традициями выращивания части продовольствия, особенно картофеля, на личных подсобных участках. Поскольку здесь мы видим спрос только на «рыночный» картофель, его чувствительность к изменению цены выше, чем можно было бы ожидать исходя из представлений о категории в целом. Кроме того, меняется и структура

³ Картофель рассматривается отдельно от категории «овощи».

⁴ Подобный эффект может наблюдаться не только для картофеля, но и для других товаров, например хлеба и хлебопродуктов.

потребления внутри самой этой категории. То есть увеличивается доля упакованного, импортного, с заданными потребительскими свойствами (для варки / жарки / бейби-картофель и т.д.) картофеля, цена которого и, соответственно, чувствительность к ее увеличению существенно выше.



Рисунок 1 — Рейтинг продуктов питания по величине снижения потребления при увеличении цен на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.⁵

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

На Рисунке 1 продукты питания упорядочены по реакции потребления на рост цены на 1%. В нижней части диаграммы сосредоточены продукты базового набора — те, которые домашние хозяйства с ростом цен стремятся сохранить в своем рационе в первую очередь. Тот факт, что в этом наборе присутствуют белковые продукты — мясо, яйцо, — указывает на сдвиг структуры потребления в пользу более здорового, разнообразного рациона и снижение роли калорийных растительных продуктов (картофеля, хлеба, растительного масла). Тревожной тенденцией является то, что в ситуации роста цен легче всего российские домохозяйства отказываются от потребления фруктов и овощей, для которых и так характерно 30-процентное недопотребление относительно норм здорового рациона⁶.

Снижение потребления определенного продукта — не единственное изменение в ответ на рост его цены. Домохозяйства не только снижают

⁵ Здесь и далее указаны значения для последнего исследуемого года на момент проведения работы. Отметим, что параметры реакций спроса на то или иное внешнее воздействие достаточно инерционны и мало меняются год от года. Экономические шоки в основном вызывают краткосрочную реакцию с быстрым возвращением к докризисным параметрам.

⁶ Рекомендация Минздрава РФ по рациональным нормам потребления пищевых продуктов включает потребление почти 660 граммов фруктов и овощей в сутки. Фактическое среднестатистическое потребление фруктов и овощей составляет 460 граммов в сутки.

потребление подорожавшего товара, но и перестраивают свою потребительскую корзину так, чтобы при имеющемся бюджете сохранить максимум полезности. В результате рост цен на одни товары (и сокращение их потребления) приводит к росту потребления других, часто товаров-заменителей. Так, при увеличении цен на мясо на 1% растет: потребление яиц (+0,24% в натуральном выражении), хлеба (+0,13%) и молока (+0,03%)⁷ (Рисунок 2а). То есть спрос домохозяйств перераспределяется в пользу белковых товаров-заменителей и частично — в сторону хлебных продуктов как замены калорий. Эта комбинация перестройки спроса при росте цен на мясо также является позитивным сигналом изменения структуры потребления продовольствия российских домохозяйств, так как она отражает замену одного белка другим, а не просто переход на более дешевые углеводы.

В случае с другим продуктами эффекты перестройки потребления проявляются менее четко. Рыба — это категория продовольствия с высокой чувствительностью к росту цен: величина сокращения потребления пропорциональна росту цен: 0,97% при росте цены на 1% (Рисунок 2б). При этом спрос домохозяйств достаточно слабо переключается на потребление других белковых продуктов (яйцо +0,29%).

С ростом цен на мясо и рыбу и соответствующим снижением их потребления растет спрос на яйцо — их основной белковый товар-заменитель. Увеличение цен на яйцо, в свою очередь, приводит к некоторому переключению спроса на молоко и рыбу, но в значительно меньшей степени — рост потребления 0,04% и 0,07% соответственно (Рисунок 2в).

Для овощей (Рисунок 2г) вариантов переключения спроса еще меньше. Частично рост цен и снижение потребления овощей компенсируются ростом потребления картофеля (+0,03% в натуральном выражении) и фруктов (+0,03%). Перераспределение потребления может также происходить и внутри самой категории «овощи»⁸, но в целом это группа продовольствия с достаточно ограниченными альтернативами адаптации потребления к росту цен.

⁷ Несмотря на кажущуюся небольшой величину относительного увеличения потребления, абсолютное его выражение в расчете на совокупный объем внутреннего потребления может оказаться значительным, особенно в краткосрочном периоде в условиях неэластичного предложения сельскохозяйственной продукции.

⁸ Что справедливо для всех рассматриваемых категорий продовольствия.

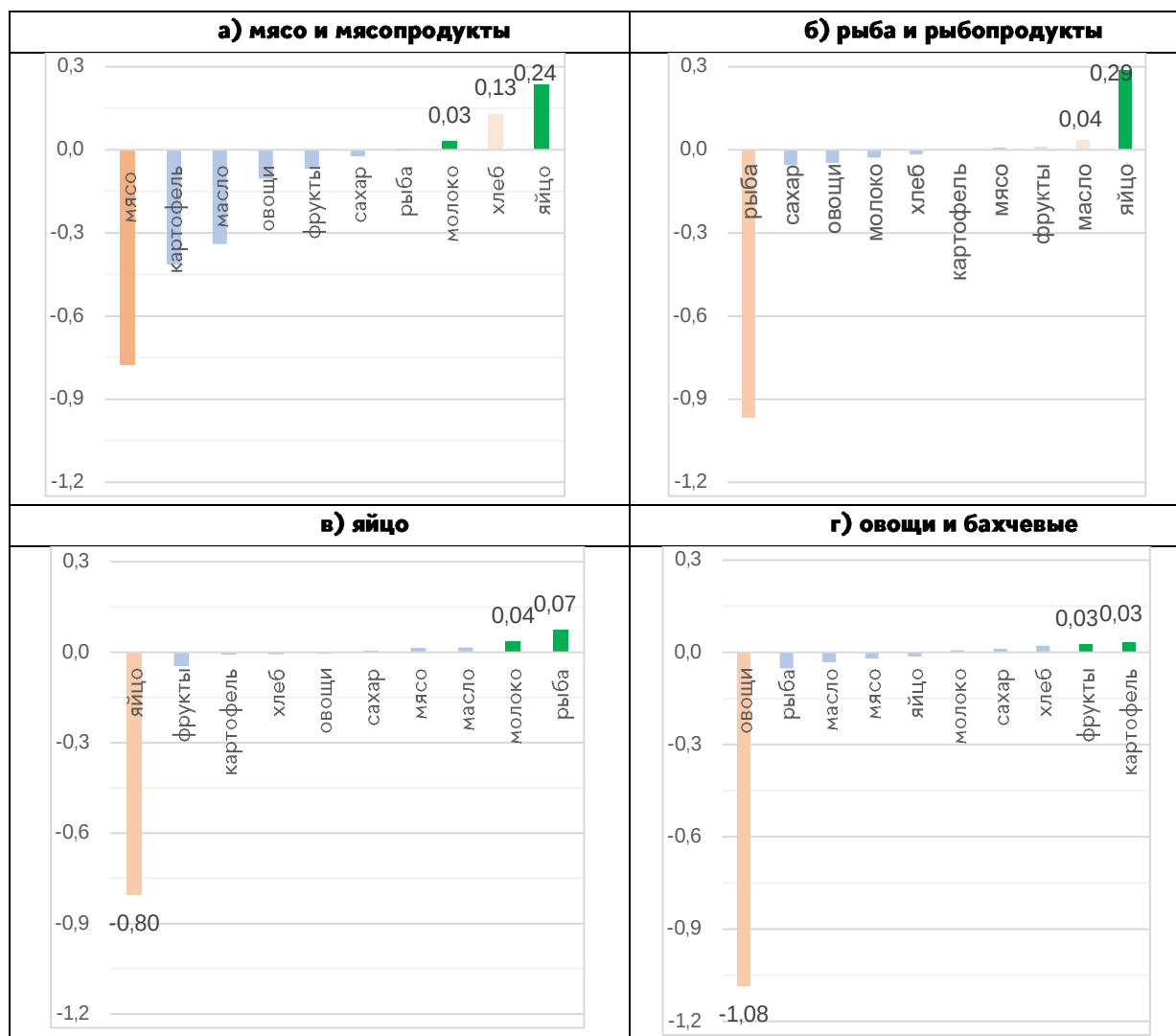


Рисунок 2 — Изменение потребления по всей продовольственной корзине в случае роста цен на определенную категорию на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

Влияние роста цен на потребление услуг

Еще одна категория потребительских расходов, достаточно чувствительная для домохозяйств, — услуги жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), относящиеся к обязательным платежам. В случае роста цен на услуги ЖКХ существенно сократить их потребление сложно: при росте цен на 1% потребление услуг ЖКХ сокращается только на 0,24% (Рисунок 3). В результате адаптация потребления происходит за счет других категорий товаров и услуг. В первую очередь сокращается потребление «прочих» услуг (+0,83%), алкогольных напитков (−0,64%) и питание вне дома (−0,58%). Последнее

частично компенсируется ростом потребления непосредственно продовольствия: рост от 0,02% в натуральном выражении для сахара до 0,16% для яиц. Достаточно чувствительно рост цен на ЖКХ влияет на услуги в сфере образования (–0,44%) и медицины (–0,42%). Экономия на расходах на эти категории имеет негативные краткосрочные и долгосрочные последствия.

Расходы на услуги пассажирского транспорта⁹ также являются обязательными платежами, поэтому эта часть потребления домохозяйств слабо чувствительна к перераспределению бюджета домашнего хозяйства в случае роста цен на другие товары или услуги. Сокращение потребления услуг пассажирского транспорта при росте цен на ЖКХ на 1% составляет 0,25%.

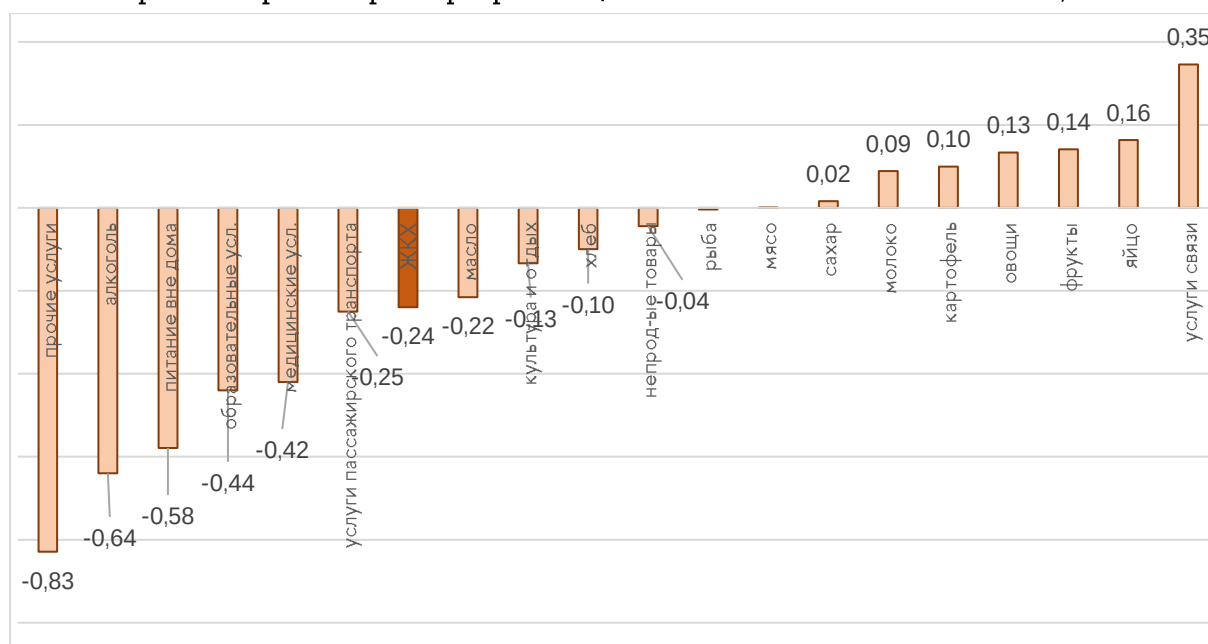


Рисунок 3 — Изменение потребления по всем категориям товаров и услуг в случае роста цен на ЖКХ на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

⁹ Услуги пассажирского транспорта включают также билеты самостоятельного бронирования при путешествиях/отдыхе, что можно отнести к расширенному потреблению. Разделить базовое и расширенное потребление услуг пассажирского транспорта в текущей группировке невозможно. Однако, судя по реакции спроса, в основном сюда входят услуги общественного транспорта ежедневного пользования. Кроме того, приобретенные путевки или туры, включающие более двух видов услуг (размещение, питание, проезд, экскурсионное обслуживание), войдут уже в другую категорию — «услуги в области культуры и отдыха».

Как меняется потребление при росте доходов

Доходы — это, как и цены, фактор, меняющий уровень и структуру потребления. По аналогии с реакцией на изменение цен, описанной выше, эластичность потребления можно оценить через изменение его отдельных категорий при увеличении дохода на 1%¹⁰.

Рост потребления большинства продуктов питания при увеличении доходов на 1% меньше 1 (Рисунок 4), что типично для большинства развитых стран.

По группам продовольствия наибольший прирост потребления в ответ на увеличение доходов на 1% характерен для рыбы (+0,79% в натуральном выражении), молока (+0,66%), фруктов (+0,57%) и овощей (+0,56%) (Рисунок 4). Это продукты, по которым уровень потребления в России пока ниже рекомендованных Минздравом РФ рациональных норм потребления¹¹ и для которых при росте доходов спрос увеличивается достаточно активно.

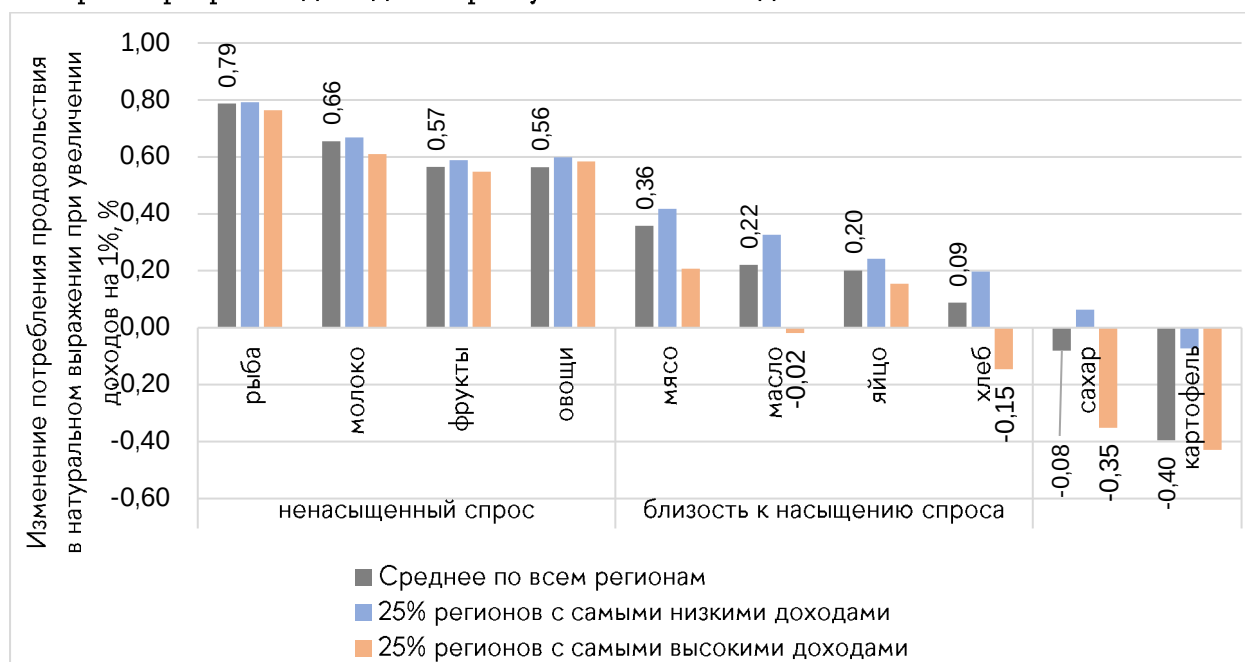


Рисунок 4 — Изменение потребления продовольствия при увеличении доходов на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

¹⁰ Относительную величину изменения спроса на данную категорию в % экономисты называют эластичностью спроса по доходу.

¹¹ Потребление рыбы ниже рекомендованных Минздравом РФ норм на 19%, молока и молочных продуктов — 23%, фруктов — 34%, овощей — 25%.

Как правило, чем выше насыщение спроса на определенный продукт, тем меньше его потребление увеличивается при росте доходов. Так, для хлеба, яйца, мяса потребление в среднем близко к пределу насыщения¹². По мере его достижения прирост потребления с ростом доходов уменьшается.

Картофель — это единственная категория, потребление которой сокращается при росте доходов в группе регионов как с самыми высокими доходами, так и с самыми низкими. В среднем сокращение составляет 0,4% при увеличении доходов на 1%. Такой эффект характерен для малоценных благ, то есть дешевых и доступных товаров, которые потребитель готов заменить на товары лучшего качества по мере роста своих доходов.

Хлеб, растительное масло и сахар постепенно также переходят в категорию продуктов, потребление которых сокращается при росте доходов. Это хорошо видно по разнице реакций потребителей с высокими и низкими доходами: домашние хозяйства в регионах с низкими доходами при увеличении доходов на 1% наращивают потребление этих продуктов, а в регионах с высокими доходами — сокращают. Потребление хлеба в регионах с высокими доходами сократится на 0,15%, масла — на 0,02%, а сахара — на 0,35%. Таким образом, на российских данных мы видим изменение модели питания при росте доходов, схожее с описанным для большинства экономически развитых стран.

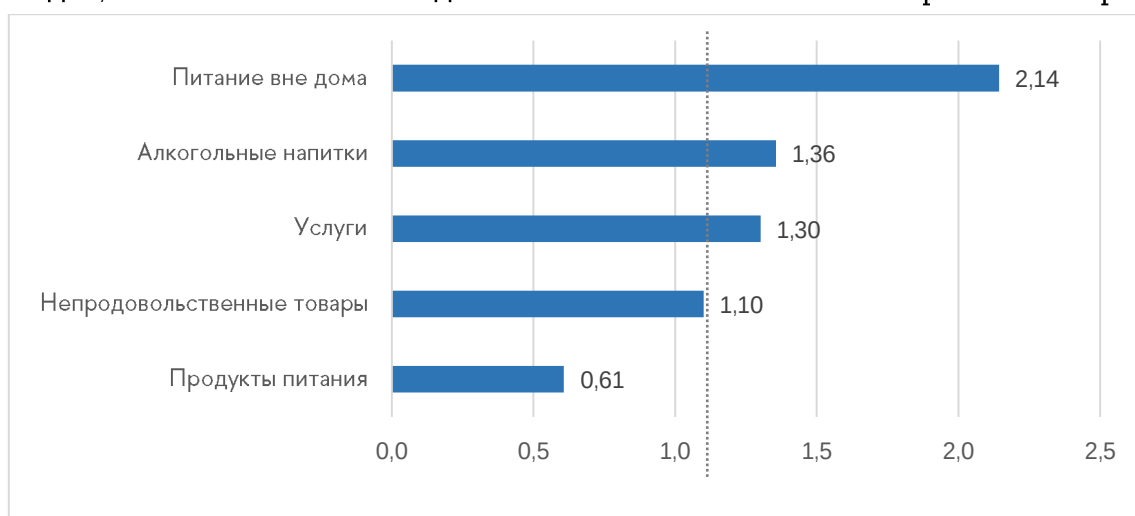


Рисунок 5 — Изменение потребления товаров и услуг при увеличении доходов на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

¹² Так, среднее потребление мяса в России в 2023 г. составило рекордные 80 кг, что на 8% выше рекомендованной Минздравом РФ нормы. Однако необходимо иметь в виду, что внутри этой категории потребление по видам мяса существенно различается: потребление относительно дешевых свинины и мяса птицы выше, чем говядины и баранины. Кроме того, потребление различается по группам потребителей с разным уровнем дохода.

Если рассматривать структуру потребления шире (Рисунок 5), то с ростом доходов на 1% потребление растёт больше, чем на 1%, во всех категориях, кроме продовольствия. Сильнее всего увеличивается спрос на питание вне дома — на 2,14%. Такая высокая чувствительность потребления к доходу может рассматриваться как свидетельство, что спрос на питание вне дома далек от насыщения. В случае непродовольственных товаров соотношение роста доходов и потребления почти пропорционально (1:1,1). Группа услуг¹³ разнообразна и представлена широким набором — от услуг ЖКХ до медицины и образования. В среднем потребление таких услуг при росте доходов на 1% увеличивается на 1,3%, что больше, чем на непродовольственные товары. Последнее важно, поскольку демонстрирует ключевое для современной экономики переключение на сектор услуг — как в производстве, так и в потреблении. Категории — лидеры по увеличению потребления при росте доходов — это услуги по организации отдыха и культурных мероприятий (+2,94%) и медицинские услуги (+1,79 %) (Рисунок 6).

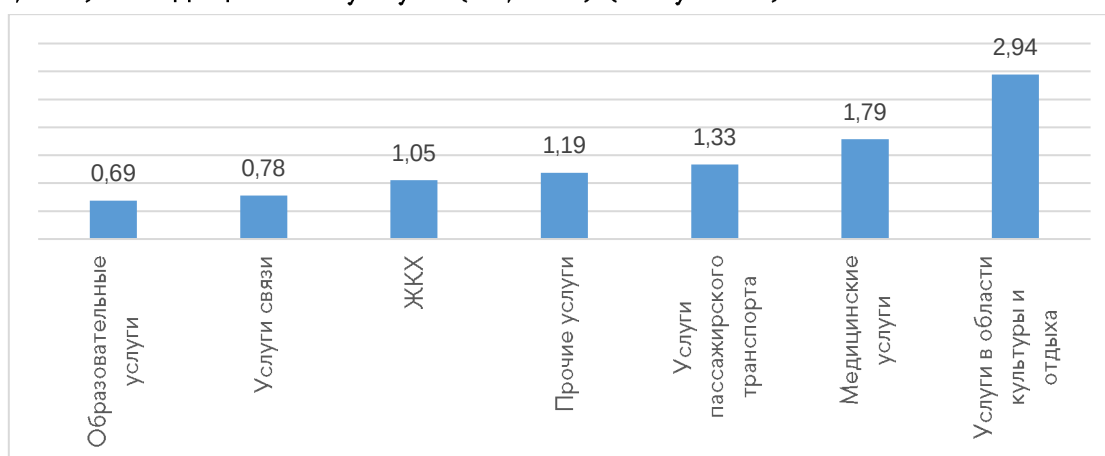


Рисунок 6 — Изменение потребления по видам услуг при увеличении доходов на 1%, % от потребления в натуральных величинах, 2022 г.

Источник: результаты моделирования потребительского спроса

В целом реакции потребления домохозяйств в ответ на рост доходов иллюстрируют общее изменение модели потребления, а именно переход от удовлетворения базовых потребностей (реакция потребления продовольствия менее 1%) и смещение спроса в сторону организации досуга, инвестиций в человеческий капитал и качество жизни (активный рост потребления в категориях «питание вне дома» и «услуги»).

¹³ Здесь речь идет только о рыночных услугах, т.е. услугах, потребляемых домохозяйствами на платной основе.

Нерыночные услуги в структуре агрегированного спроса

Нерыночные услуги — это услуги, которые предоставляются государством бесплатно или по ценам, существенно ниже рыночных. В сфере здравоохранения к таким услугам относятся медицинские услуги, включенные в перечень ОМС, в том числе приемы терапевта, услуги скорой помощи, некоторые операции, а также отдельные виды вакцинации и диспансеризация. Эти услуги не продаются на рынке напрямую — вместо этого за них платит государство через бюджетные расходы.

Согласно Росстату, начиная с 2016 г. общее число амбулаторных посещений врачей варьируется в пределах 1,3–1,5 млрд в год (Рисунок 7). Самый заметный спад произошел в 2020 г., что связано с пандемией COVID-19, так как эта статистика учитывает посещения только в амбулаторных условиях. В 2021–2023 гг. число посещений восстановилось.

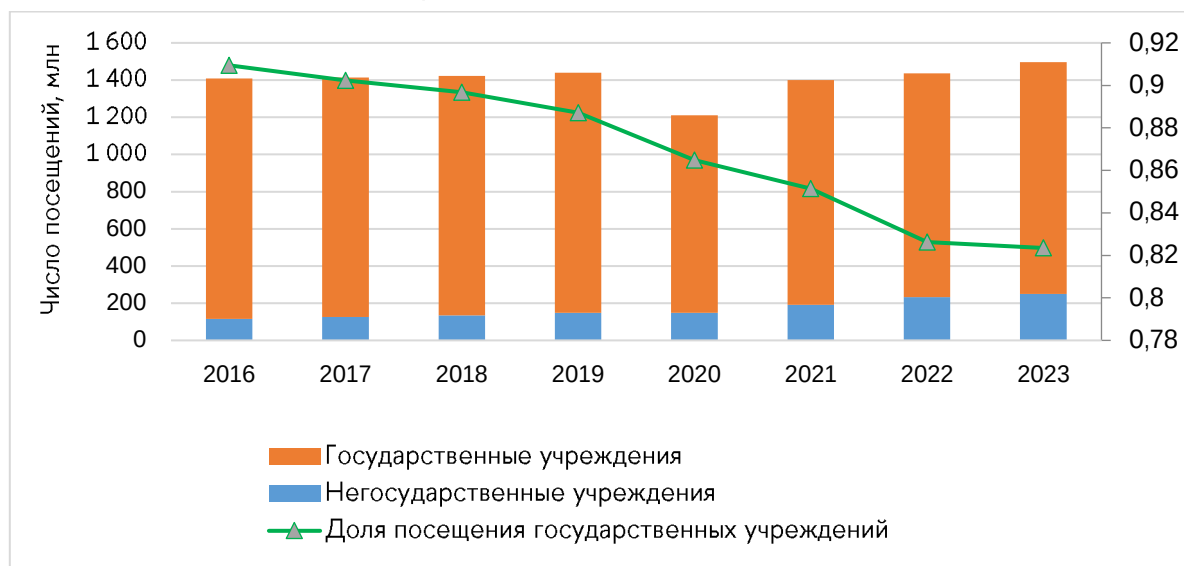


Рисунок 7 — Число посещений врачей в год, млн ед.

Источник: Росстат

За весь период можно наблюдать общий рост посещения врачей как государственных, так и частных медицинских учреждений. Однако если в 2016 г. большинство визитов приходилось на государственные клиники, то к 2023 г. наблюдается тенденция к перераспределению в пользу частной медицины — доля посещений государственных клиник стабильно падает. За 2016–2023 гг. она снизилась с 91% до 82%. Это говорит о том, что россияне все чаще выбирают платную медицину.

Проведенный анализ на агрегированных данных показал, что при прочих равных условиях увеличение государственных расходов на здравоохранение на 1% снижает спрос на платные медицинские услуги лишь на 0,2%. Это

означает, что рост государственных вложений не полностью вытесняет спрос на частную медицину: государственная медицина становится более доступной, но потребители не отказываются от платных услуг в той же пропорции.

Однако дополнительный анализ по регионам выявил значительную территориальную неоднородность. В ряде субъектов увеличение бюджетных расходов действительно сопровождалось снижением спроса на платные услуги. В то же время в других регионах наблюдался одновременный рост спроса как на государственные, так и на частные медицинские услуги. Потенциально это отражает более широкий тренд — рост общей потребности в медицинских услугах.

Полученные результаты позволяют говорить не только о частичном вытеснении, но и о возможном взаимодополнении между государственным и частным секторами здравоохранения. В таких случаях общий объем потребляемых медицинских услуг увеличивается, а не просто перераспределяется между источниками финансирования.