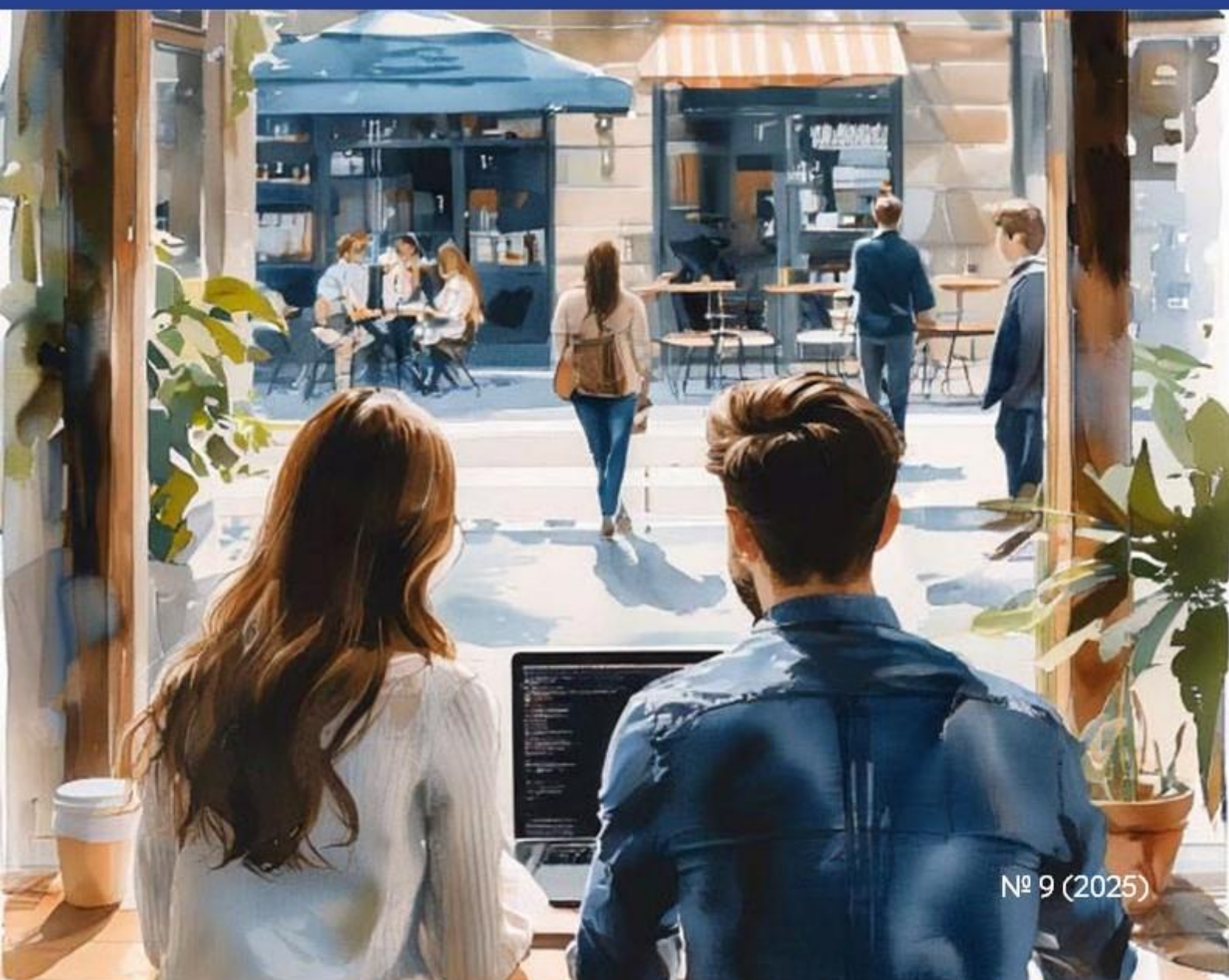


Высокодоходные россияне: статусное потребление и потребительские приоритеты



Авторы: МАРЕЕВА Светлана Владимировна, Центр стратификационных исследований ИСП НИУ ВШЭ, СЛОБОДЕНЮК Екатерина Дмитриевна, Центр стратификационных исследований ИСП НИУ ВШЭ.

Работа выполнена в рамках реализации Большого проекта «Потребление и экономическое поведение домашних хозяйств в России, 2025-2027» (руководитель — заместитель директора Института социальной политики НИУ ВШЭ, к.э.н. О.В. Сиянская; со-руководители — 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.

Мареева С.В., Слободенюк Е.Д. Высокодоходные россияне: статусное потребление и потребительские приоритеты // НЭП: Новости экономического поведения. — М.: НИУ ВШЭ, 2025. — Вып. 9.

Информационный листок «НЭП: Новости экономического поведения» выходит под научной редакцией к.э.н. О.В. Сиянской, Е.В. Кручинской.

Об исследовании

Механизмы государственной социально-экономической политики должны опираться на данные о том, как люди принимают экономические решения, — тогда они будут успешны и эффективны. Выпадение из наблюдения и анализа групп населения, которые имеют большой потенциал влияния на изменения в экономике, ослабляет возможности стратегического планирования и реагирования на структурные вызовы.

Традиционно такой группой являются высокодоходные россияне — верхний дециль по доходам. Высокодоходные россияне слабо представлены в опросах населения, а специальные опросы этой группы крайне редки. Например, в России можно обнаружить лишь несколько опросов, проведенных в 2010-х годах Институтом социологии РАН и Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН. В России пока не сложилась научная школа по обследованию населения с высокими доходами.

Вместе с тем высокодоходные россияне представляют собой одну из наиболее значимых категорий населения, формирующих внутренний спрос. высокодоходные домохозяйства и их экономическое поведение во многом определяют паттерны и динамику спроса не только на культуру, медиа, туристические услуги, инновации, но и на товары ежедневного пользования, поскольку их склонность к потреблению несравнимо выше из-за разницы в доходах с середиными децилями.

Чтобы компенсировать пробел в данных о потреблении высокодоходных групп населения, в 2023 г. в рамках проекта «Экономическое поведение домашних хозяйств» НИУ ВШЭ запустил первый в России регулярный опрос представителей верхнего дециля по доходам¹.

Этот опрос дополняет репрезентативное обследование населения, реализуемое в рамках того же проекта, что позволяет сравнивать практики и привычки высокодоходных россиян со всем населением.

В рамках как регулярного репрезентативного опроса населения, так и опроса верхнего дециля анализируются не только потребительские привычки высокодоходных россиян, но и их медиапредпочтения, онлайн-поведение, склонность к сбережению, бюджеты времени.

¹ Описание его методологии см. в конце выпуска.

Данная публикация посвящена вопросам статусного потребления представителей этой группы и их потребительским приоритетам.

Ключевые выводы

- Россияне, которые находятся в верхних 10% населения по уровню доходов (далее — верхний дециль или высокодоходные россияне), считают ключевыми показателями высокого статуса недвижимость и автомобили (или иной транспорт), а также поездки за границу. Отдых за рубежом за последний год стал более недоступным и усилил свои позиции в качестве маркера статуса в этой группе.
- Ощущение своего статуса влияет на повседневное потребительское поведение представителей верхнего дециля при выборе конкретных товаров и услуг — подходящих или неподходящих брендов (особенно для молодежи), но не направлений расходования средств. Так, 60% приобретали товары определенных брендов, исходя из соображений своего статуса, тогда как 40% отказывались от покупок, не соответствующих их статусу. Однако потребительское поведение этой группы в целом ориентировано на рациональный выбор, а не на демонстративное потребление: связь между восприятием отдельных категорий товаров и услуг в качестве статусных маркеров и фактическими практиками их потребления выражена слабо.
- Потенциал расширения потребительского спроса высокодоходных россиян в случае гипотетического повышения доходов лежит сегодня в области туристических услуг, а также в сфере платной медицины и образовательных услуг для детей. Основным форматом повышения расходов будет выступать наращивание качества, а не количества по разным статьям, кроме туризма и досуга, где «точка насыщения» еще не достигнута.
- С потреблением высокодоходных россиян конкурируют сбережения и инвестиции: почти половина при росте доходов направила бы дополнительные средства на сбережения, еще треть — на вложения в бизнес, инвестиции или покупку недвижимости для получения доходов.
- Вариантов расходования дополнительных средств у россиян с высокими доходами больше, чем вариантов сокращения расходов. В случае снижения доходов они сократили бы расходы на покупку предметов роскоши, подчеркивающих высокий статус. Также сократились бы

расходы на бытовую и компьютерную технику, досуг, развлечения, путешествия и отпуск. Однако речь идет об объемах и частоте потребления — жертвовать качеством по этим статьям высокодоходные россияне не готовы.

Показатели статуса в представлениях высокодоходных россиян и статусное потребление

Ключевые показатели высокого статуса для высокодоходных россиян сегодня — недвижимость и автомобили или иной транспорт премиум-класса². Эти варианты ответов нашли отклик у более чем половины респондентов. За последний год к ним также прибавились поездки за границу на отдых, которые в 2023 г. называли только 42%, а в 2024 г. эта доля резко выросла до 51%.

Остальные варианты потребления, демонстрирующие высокий статус, более вариативны и в большей степени отражают особенности стилевого выбора и этапа жизненного цикла, чем достаточно «универсальные» для этой группы недвижимость, автомобили и путешествия (Таблица 1).

Представления о «статусных» товарах и услугах связаны с текущей ситуацией и внешними условиями: поездки за рубеж на отдых и автомобили назывались респондентами в 2023 г. чаще всего при ответе на вопрос о том, что из привычного стало для них недоступным в результате санкций от других стран.

Особняком стоит возможность планировать своё время, иметь гибкий график — это, помимо материальных показателей, также считают маркером высокого статуса, причем почти 40% опрошенных. Особенно часто это отмечает молодежь, что позволяет предполагать и дальнейший рост роли свободы распоряжения временем как нового измерения статуса.

Подавляющее большинство признаков статуса чаще упоминается женщинами, чем мужчинами; особенно высокие разрывы (около 10 п.п.) между ними наблюдаются в оценке возможностей прибегать к качественным медицинским и косметологическим услугам, пользоваться личными помощниками и покупать дизайнерскую одежду, аксессуары и ювелирные украшения как показателей статуса. Лишь один признак оказывается чуть более значим для мужчин, чем для женщин — наличие личной охраны.

² Формулировка анкетного вопроса: «Скажите, что из перечисленного, по Вашему мнению, является показателем высокого статуса?». Варианты ответов представлены в Таблице 1.

Таблица 1 — Показатели высокого статуса в представлениях высокодоходных россиян, 2024, %

Показатели высокого статуса	%
Элитная недвижимость	64
Транспорт премиум-класса, включая автомобили и пр.	55
Поездки за границу на отдых	51
Дизайнерская одежда и аксессуары, ювелирные украшения и дорогие часы	46
Посещение дорогих ресторанов, уровень питания	43
Дорогостоящая техника (смартфоны, компьютеры и т. д.)	41
Возможность обучать детей в частных школах и ведущих университетах	36
Возможность свободно планировать свое время, гибкий график	35
Люксовая косметика и парфюмерия, возможность пользоваться услугами косметолога	33
Возможность пользоваться услугами личных помощников, помощников по дому	32
Медицинские услуги определенного уровня	32
Объекты изобразительного искусства и коллекционирования, антиквариат	31
Наличие охраны	26
Возможность заниматься дорогостоящими видами спорта (альпинизм, серфинг и другое)	24
Возможность пользоваться достижениями пластической хирургии	18

Источник: НИУ ВШЭ.

Связь между представлениями о признаках статуса и реальных практиках потребления тех или иных товаров выражена достаточно слабо. Те, кто называл те или иные товары или услуги как показатели статуса, лишь чуть чаще сами приобретали или использовали их (Рисунок 1). Это означает, что направления расходования средств выбираются рационально, а не из соображений демонстративного потребления. Однако выделяются такие признаки статуса, как оплата пластической хирургии, приобретение произведений искусства / антиквариата, наличие личной охраны и оплата обучения в лучших учебных заведениях детям — те, кто считает такие расходы статусными, чаще сами осуществляли их за последний год.

Еще одно из отражений представлений о статусе в повседневном потребительском поведении — необходимость покупать товары определенных брендов или, наоборот, отказываться от покупки «неподходящих». Обе эти ситуации оказались достаточно распространены среди высокодоходных россиян, причем статус чаще работает в сторону мотивации, чем отказа от совершения соответствующих расходов: 60% (27% часто и 33% редко) приобретали товары определенных брендов, так как это предполагалось их статусом, а 40% (16% часто и 24% редко) отказывались от покупки определенных товаров, поскольку их уровень или бренд не соответствовал

тому, что ожидается от человека их статуса. С такими ситуациями чаще сталкивались женщины, а также молодежь, но по мере увеличения возраста такой выбор приходилось делать все реже.



Рисунок 1 — Потребительское поведение в подгруппах с разными представлениями о показателях статуса, 2024, %

Источник: НИУ ВШЭ

Потребительские приоритеты: изменения в потреблении при гипотетическом изменении доходов

Данные опроса позволяли оценить потребительские приоритеты высокодоходных россиян: какие статьи расходов они станут наращивать в случае роста доходов, а какие — сокращать при снижении доходов (Рисунок 2).



Рисунок 2 — Изменения при гипотетическом изменении доходов, 2024, %

Источник: НИУ ВШЭ

При увеличении доходов в 1,5 раза представители верхнего дециля направили бы больше средств на расходы на путешествия и отпуск (62%) и детское образование (51% от числа проживающих в семьях с детьми), далее следовали медицинские услуги для взрослых, траты на которые увеличили бы 39% опрошенных. Примерно по 30% отметили также спортивные и косметические услуги для взрослых, досуг и развлечения, улучшение жилищных условий и бытовую и компьютерную технику и покупку товаров повседневного спроса и медицинские услуги для детей. Эти направления оказались относительно равнозначными, их выбор зависит от этапа жизненного цикла и стилевых предпочтений высокодоходных россиян.

Альтернативой расширению потребления для высокодоходных россиян становятся сбережения и инвестиции: при росте доходов почти половина направила бы дополнительные средства на сбережения, еще треть — на вложения в бизнес, инвестиции или покупку недвижимости для получения

доходов. Видно, что сбережения остаются наиболее привычным способом сохранения средств в этой группе, к которому ее представители прибегают в первую очередь; это подтверждается и данными по способам сохранения денег, которые они реально использовали за последний год. Выплата долгов и кредитов оказывается мало востребована (8%), что говорит об отсутствии у большинства высокодоходных россиян проблем с обслуживанием своих заемных средств.

Ключевым форматом увеличения расходов по различным статьям выступает наращивание качества, а не количества потребляемых товаров и услуг. Только для путешествий и досугово-развлекательных услуг востребован рост их объемов — это те сферы, где высокодоходные россияне еще, видимо, не достигли оптимального для себя уровня потребления. По остальным статьям наблюдается больший или меньший перевес в сторону качества (Рисунок 3).

В случае снижения доходов высокодоходные россияне в первую очередь сократили бы расходы на покупку предметов роскоши, подчеркивающих высокий статус (44%). Также сократились бы расходы на бытовую и компьютерную технику (38%), на досуг, развлечения (35%), путешествия и отпуск (32%). Эти изменения проявились бы преимущественно в снижении объемов и частоты потребления (количества), но не их качества³. Впрочем, и по остальным направлениям, которые вынуждены были бы сократить высокодоходные россияне, жертвовать качеством товаров и услуг они не готовы.

³ Формулировка анкетных вопросов: «Если текущие доходы Вашей семьи увеличатся в полтора раза и Вы станете тратить больше денег, чем сейчас, на следующие товары и услуги, то на что, скорее всего, будут направлены дополнительные расходы: на увеличение частоты и/или объемов потребления или на повышение качества потребляемых товаров и услуг?» и «Если текущие доходы Вашей семьи станут меньше на 20% и Вы станете тратить меньше денег, чем сейчас, на следующие товары и услуги, то за счет чего, скорее всего, будут сокращены расходы: за счет уменьшения частоты и/или объемов потребления или за счет снижения качества потребляемых товаров и услуг?» с вариантами ответов: 1) скорее увеличу/ снижу объемы и частоту потребления, 2) скорее буду повышать/ снижать качество.

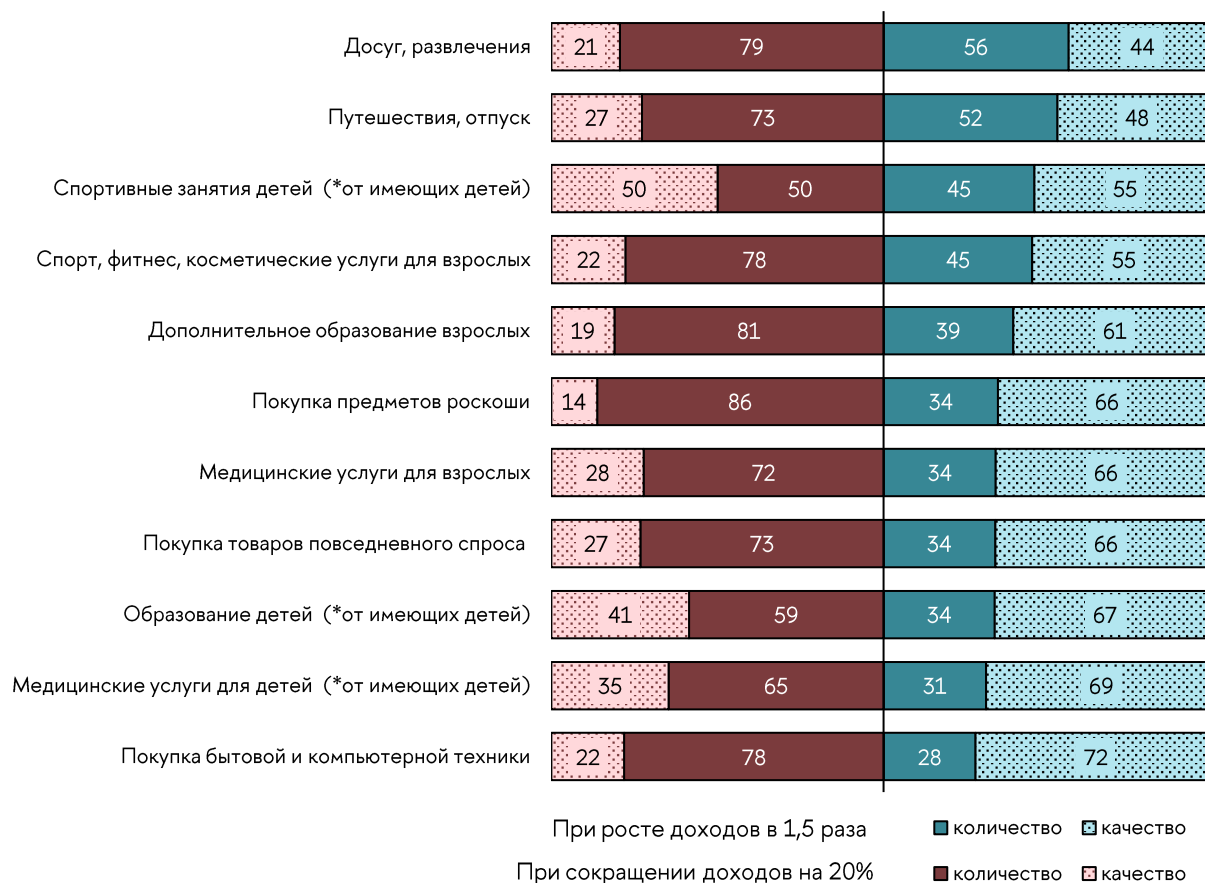


Рисунок 3 — Изменения в потреблении (сокращение / наращивание качества или объемов и частоты потребления) при гипотетическом изменении доходов, 2024, %

Источник: НИУ ВШЭ

Сравнивая гипотетические изменения в потреблении в случае роста или сокращения доходов, можно обратить внимание на следующие моменты. Во-первых, вариантов расходования дополнительных средств у высокодоходных россиян в целом больше, чем вариантов сокращения расходов (4 против 2 из перечисленных по медиане). При этом молодежь наращивала бы одновременно разные статьи расходов чаще, чем россияне старших возрастов. Во-вторых, при гипотетическом увеличении доходов более чем половина выбирает расширение возможностей путешествовать и почти половина — дополнительные сбережения, и эти варианты выступают явными лидерами (для имеющих детей сюда добавляются образовательные услуги для них). При сокращении расходов ответы более неоднородны, ни один из них не набирает более половины голосов. В-третьих, в случае роста доходов приоритет отдается повышению качества потребляемых товаров и услуг (кроме путешествий и

досуга), и в случае снижения доходов жертвовать качеством россияне из верхнего дециля не готовы.

Если сравнить ответы на этот вопрос высокодоходных россиян и остального населения⁴, то они совпадают в приоритетах, связанных с медицинскими услугами, образованием для детей и сбережениями. Однако для менее обеспеченных россиян приоритетом гораздо чаще выступает выплата долгов (28%) и заметно реже — путешествия и отпуск (28%, и этот вариант не входит в топ-5).

Методология

Сбор данных проходил методом самозаполнения онлайн-анкеты в период с 7 июля 2023 г. по 30 октября 2023 г. (первая волна, N — 1012 чел.), с 6 декабря 2023 г. по 28 декабря 2023 г. (вторая волна, N — 1053 чел.), с 3 июня 2024 г. по 1 июля 2024 г. (третья волна, N — 1101 чел.), с 1 ноября 2024 г. по 25 ноября 2024 г. (четвертая волна, N — 1120 чел.).

Границей для отбора россиян, находящихся в верхних 10% населения по доходам, выступал уровень ежемесячных среднедушевых доходов верхнего дециля по данным Росстата в 2022 г. Это не нижняя граница верхнего дециля, а средние доходы в нем, поэтому ее использование позволяло отобрать тех, кто фактически находится даже не в верхних 10% населения по доходам, а еще выше. Для 1-3 волн такой уровень доходов составил около 500 тыс. руб. на семью с одним ребенком или 660 тыс. на семью с двумя детьми, для 4 волны, с учетом обновленных данных Росстата, — 600 тыс. руб. на семью с одним ребенком или 800 тыс. руб. на семью с двумя детьми.

При формировании выборки были соблюдены квоты по возрасту и федеральным округам⁵, а также по полу в пропорциях 50 : 50.

⁴ Данные по населению приводятся по схожему вопросу, который задавался в рамках исследования НИУ ВШЭ «Готовность к переменам» в 2024 г. URL: https://csils.hse.ru/monitoring_gkp.

⁵ Источником данных о распределении признаков в генеральной совокупности для формирования квотного задания стали данные ежеквартального обследования доходов и расходов домохозяйств Росстата за 2021 г.