

Социальное развитие территорий

DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3

УДК 316.4 | ББК 60.524

© Дементьева И.Н.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО АДАПТАЦИИ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ КРИЗИСА 2014–2015 гг.¹



ДЕМЕНТЬЕВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА

Вологодский научный центр Российской академии наук

Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

E-mail: irinika_74@mail.ru

Экономические кризисы являются неизбежным и закономерным явлением рыночного развития. Кризис 2014–2015 гг. в России был обусловлен как внутренними структурными проблемами в экономике, так и внешними причинами, прежде всего санкциями Запада и падением мировых цен на нефть. Кризисные процессы не могли не затронуть российские регионы, в числе которых оказалась и Вологодская область. В условиях кризиса негативную динамику демонстрировали все основные макроэкономические индикаторы и показатели уровня и качества жизни населения региона. Кризисные явления в экономике оказывают значимое воздействие на потребление домохозяйств, существенно ограничивая свободу потребительского выбора, заставляя людей оптимизировать бюджет, изменять потребительскую активность, практики, привычки и стили потребления в ответ на снижение потребительских возможностей. Целью исследования, представленного в статье, стал анализ тенденций потребительского поведения населения региона и особенностей его адаптации к условиям кризисных процессов в экономике. Изучение тенденций, складывающихся в сфере материального потребления жителей региона, было проведено на основе данных Федеральной службы государственной

Цитата: Дементьева И.Н. Потребительское поведение населения региона и особенности его адаптации к экономическим условиям кризиса 2014–2015 гг. // Вопросы территориального развития. 2018. № 3 (43). DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3

Citation: Dement'eva I.N. Consumer behavior of region's population and the features of their adaptation to the economic crisis conditions in 2014–2015. *Territorial development issues*, 2018, no. 3 (43). DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3

¹ Статья подготовлена в рамках гранта РФФИ № 18-013-01077 «Разработка методологического подхода к оценке социального здоровья трансформирующего общества».

статистики, территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области, а также мониторинга общественного мнения Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Для анализа факторов, влияющих на изменение потребительского поведения населения, использовался множественный регрессионный анализ в программной среде R-studio. Проведенные исследования показали, что в 2014–2015 гг. в сфере потребления отмечались негативные тенденции. Ухудшение оценок потребления товаров и услуг было обусловлено снижением темпов роста доходов населения и увеличением инфляционных процессов. Адаптация потребительского поведения населения Вологодской области к кризисным условиям 2014–2015 гг. проходила по трем направлениям: увеличение доли расходов на питание в структуре потребительских расходов, снижение количества (объема) потребления товаров и услуг, ухудшение качества приобретаемых товаров. Данные адаптационные механизмы жителей Вологодской области к кризисным условиям 2014–2015 гг. демонстрировали серьезные трансформации потребительского поведения населения, которые в длительной перспективе могут привести к нарушению воспроизводства человеческого потенциала.

Экономический кризис, потребительское поведение, мониторинг общественного мнения, стратегии адаптации, уровень и качество потребления.

Экономика любой страны не является статичной, ее показатели постоянно меняются. Экономический спад сменяется подъемом, кризис – пиковыми значениями роста. Периодическое возникновение экономических кризисов – это неизбежное и закономерное явление для рыночного типа хозяйствования в условиях свободной конкуренции.

Кризис представляет собой резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и, в итоге, в снижении жизненного уровня, благосостояния населения. При этом кризисы стимулируют экономику, заставляя ее выходить на все более высокие уровни развития.

С начала нынешнего столетия Россия пережила два крупных экономических кризиса. Кризис 2008–2009 гг. развивался на фоне мирового финансового кризиса. При этом на российской экономике американский кредитный обвал сказался сильнее, чем на развитых странах. Существенное влияние оказали общая нестабильность мировых фондовых рынков, падение стоимости нефти, война в Грузии. Огромный

внешний долг российских компаний и невозможность получить доступ к западным кредитам привели к тому, что многие организации обратились за помощью к правительству. Выросла безработица, началась девальвация рубля.

Особенностью кризиса 2014–2015 гг. стало то, что развивался он только в России и был в значительной степени обусловлен внутренней ситуацией. Главной его причиной стала неудачная реакция российской экономики на резкое падение мировых цен на нефть в IV квартале 2014 года, связанная со структурными перекосами ее отраслевой структуры [1, с. 17]. Геополитические перемены, антироссийские санкции Запада, введенные после воссоединения России с Крымом, ухудшение взаимоотношений с иностранными деловыми и политическими партнерами, нестабильный курс национальной валюты усугубили ситуацию и привели страну в состояние тяжелой рецессии [2].

Кризисные процессы, происходившие в экономике России, непосредственным образом отразились и на социально-экономическом развитии регионов. В числе территорий, находившихся под воздействием кризисных явлений, оказалась и Вологодская область.

Кризис в экономическом, политическом и социальном его проявлениях нарушает повседневный, привычный ход событий и, как правило, затрагивает большую часть общества, заставляя индивидов адаптироваться к меняющейся, нестабильной ситуации [3, с. 142]. Проявления кризиса в первую очередь отражаются на потребительском поведении населения, наиболее отчетливо видны в изменении количества, качества, структуры потребления различных товаров и услуг.

Целью исследования, представленного в статье, стал анализ тенденций потребительского поведения населения региона и особенностей его адаптации к условиям кризисных процессов в экономике. Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

1) охарактеризовать социально-экономическую ситуацию в Вологодской области в кризисных условиях 2014–2015 гг.;

2) проанализировать динамику субъективных оценок населения в сфере материального потребления в условиях кризиса 2014–2015 гг.;

3) представить характеристику уровня потребления в различных социально-демографических группах;

4) проанализировать факторы, влияющие на динамику потребительского поведения, с использованием эконометрических методов обработки данных.

В условиях экономического кризиса 2014–2015 гг. экономика Вологодской об-

ласти находилась в крайне неблагоприятном положении: в 2015 году по сравнению с 2014 годом ВРП снизился на 12,9% до уровня, соответствующего кризисному 2009 году (87,1%). В 2016 году ситуация не стабилизировалась (табл. 1).

На фоне негативных тенденций социально-экономического развития ухудшились и показатели, характеризующие уровень жизни населения (табл. 2). Доходы – источник удовлетворения потребностей каждого человека. Чем больше доходы, тем выше спрос на продукцию и услуги, производимые различными отраслями. По сравнению с 2012–2013 гг. существенно снизились показатели реальных денежных доходов населения и реальной начисленной заработной платы. Если в докризисные годы они демонстрировали прирост на 4–5%, то в 2015 году по отношению к предыдущему году снизились на 1,2 и 11% соответственно. В целом в 2014–2015 гг. темпы снижения рассматриваемых индикаторов приблизились или даже превзошли темпы снижения в кризисные 2008–2009 гг. [4].

Важной характеристикой уровня жизни населения является доля потребительских расходов, направляемых на питание, в структуре бюджетов семей. Здесь действует обратно пропорциональная зависимость: чем выше уровень материального достатка, тем ниже удельный вес затрат на питание, и наоборот. В Вологодской области в 2015 году

Таблица 1. Динамика основных макроэкономических показателей Вологодской области

Показатель	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Индекс физического объема ВВП/ВРП, в % к предыдущему году	96,7	87,1	105,7	106,9	104,8	95,7	96,7	87,1	86,9
Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году	95,3	90,5	111,8	105,6	101,3	102,5	103,7	102,6	99,1
Индекс сельскохозяйственного производства, в % к предыдущему году	100,5	97,6	92,5	110,6	95,0	93,3	98,2	104,2	105,4
Оборот розничной торговли, в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах)	124,1	89,4	116,3	107,6	119,7	101,7	102,0	90,3	92,8
Индекс потребительских цен, декабрь к декабрю предыдущего года, %	114,3	107,2	109,2	105,7	106,0	107,2	108,9	112,0	105,0
Уровень безработицы (безработные к численности рабочей силы)	5,9	7,8	7,8	7,3	5,8	6,1	5,6	6,8	6,6

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. URL: <http://vologdastat.gks.ru>

Таблица 2. Основные индикаторы уровня жизни населения Вологодской области

Индикатор	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Реальные располагаемые денежные доходы, в % к предыдущему году	98,7	90,4	109,3	100,1	110,1	105,4	102,7	98,8	100,2
Реальная начисленная заработная плата 1 работника, в % к предыдущему году	108,3	92,9	105,6	99,8	106,9	104,4	98,2	89,0	99,8

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области URL: <http://vologdastat.gks.ru>

Таблица 3. Структура потребительских расходов домашних хозяйств Вологодской области, %

Вид расходов	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Покупка продуктов для домашнего питания	34,3	38,7	35,4	33,1	34,5	33,9	32,6	37,1	36,5
Питание вне дома	2,8	2,6	2,6	2,6	2,8	3,0	2,8	4,5	6,3
Покупка алкогольных напитков	1,6	2,0	1,9	2,1	2,0	2,0	2,0	1,7	2,4
Покупка непродовольственных товаров	40,5	32,6	34,1	37,8	34,0	34,7	37,4	30,5	36,8
Оплата услуг	20,8	24,1	26,0	24,4	26,7	26,4	25,2	26,2	18,0

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области URL: <http://vologdastat.gks.ru>

Таблица 4. Индекс потребительских цен в Вологодской области (декабрь к декабрю предыдущего года), %

Цены	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Цены на товары и услуги	114,3	107,2	109,2	105,7	106,0	107,2	112,0	112,0	105,0
Цены на продовольственные товары	118,5	103,2	112,9	102,6	107,0	107,7	116,4	113,2	104,0
Цены на непродовольственные товары	109,0	108,8	105,4	107,4	104,4	104,8	107,6	114,5	106,9
Цены на платные услуги	116,3	110,1	106,9	109,0	106,6	109,9	110,5	107,0	104,0

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области URL: <http://vologdastat.gks.ru>

наблюдались увеличение доли расходов населения на питание (37 против 33% в 2014 году) и снижение удельного веса расходов на покупку непродовольственных товаров (31 против 37% в 2014 году). В результате структура потребительских расходов домашних хозяйств приблизилась к уровню кризисного 2009 года [5]. Неэластичные расходы, то есть расходы на продовольственные товары, составляют в регионе в кризисные годы, так же как и в докризисный период, более трети семейного бюджета жителей области, в то время как в благополучных странах доля таких расходов не превышает 15% от потребительских затрат семьи. В условиях роста расходов на питание сокращаются возможности потребителей реализовывать потребности более высокого порядка, такие как стремление к самовыражению, независимости, свободе выбора и творческому развитию, что в длительной перспективе влечет снижение воспроизводства человеческого потенциала [6].

Кризисные 2014–2015 гг. характеризовались и высокими темпами инфляции: цены на товары и услуги в Вологодской области увеличились в среднем на 12%, в том числе на продовольственные товары – на 13%, на непродовольственные товары – на 15% (табл. 4). Темпы инфляции в регионе в 2015 году приблизились к темпам кризисного 2008 года, при этом рост цен на продовольственные товары даже превзошел показатели 2008–2009 гг.

Потребление домашних хозяйств составляет более половины валового внутреннего продукта России. Данный показатель, определяя уровень спроса на производимые товары и услуги, во многом характеризует общеэкономическую динамику в стране.

В настоящее время в научной литературе сложилось несколько подходов к изучению потребительского поведения населения: экономический, маркетинговый, социально-психологический, социологический. Экономическая интерпретация потребительского

поведения и факторов его детерминации разрабатывалась целым рядом экономистов-классиков – А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом, Дж. Кейнсом, П. Самуэльсоном и другими [7]. В центре внимания стоят теория потребительского выбора и разработка категории полезности товара. Маркетинговый подход направлен на изучение поведения субъектов рыночной экономики для успешного продвижения товаров и услуг на рынке, представлен рядом авторов: К. Левин, Д. Ньюкомб, У. Макгайр, Ф. Котлер, М. Холбрук, Э. Хиршмат, Дж. Энджелл, Р. Блэкуэлл, П. Миниард и др. [8]. Основы детерминации потребительского поведения в разрезе социальных наук отражены в работах М. Вебера, Т. Веблена, В. Зомбарта, Г. Зиммеля, П. Бурдьё, Р. Мертона, Ж. Бодрийяра [9]. Российская наука отмечена именами В.В. Радаева, В.И. Верховина, Я.М. Рощиной, В.И. Ильина и другими. Поведение потребителей изучается в контексте их места в социальной структуре общества и включения потребителей как ролевой группы в систему социальных отношений и социального взаимодействия. Психологические аспекты потребительского поведения рассматривались в работах Г.М. Андреевой, Н.В. Бондаренко, А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурия, а также американского экономиста Дж. Катонны. Анализ потребительского поведения в контексте поведенческой экономики предприняли в своих работах А. Тверски, Д. Канеман, Й. Хейзинга, И. Павлов, А. Будицкий, В. Рутгайзер, М. Федотов и др. [10].

Длительность истории изучения, повышенное внимание представителей различных наук, научных школ и направлений подчеркивают важность и значимость по-

ведения потребителей для экономического развития в различные периоды. Особенно актуализируется данная проблема в условиях кризиса.

Кризисные процессы в экономике оказывают существенное воздействие на потребление домохозяйств. Кризисные условия существенно ограничивают свободу потребительского выбора, заставляя людей оптимизировать бюджет, изменять потребительскую активность, практики, привычки и стили потребления в ответ на снижение потребительских возможностей.

Как показывают результаты общероссийских и региональных исследований, в кризисные периоды отмечается существенное снижение оборота товаров и услуг. Так, по данным официальной статистики, в 2015 году по сравнению с предыдущим годом оборот розничной торговли в Вологодской области снизился на 9,7%, при этом оборот продовольственных товаров в сопоставимой оценке уменьшился на 7,5%, непродовольственных товаров – на 12,6% (табл. 5). В целом темпы снижения большинства индексов физического объема розничного товарооборота в регионе приблизились к темпам падения данных показателей в кризисном 2009 году. В 2016 году ситуация на потребительском рынке существенно не изменилась.

Негативные изменения в поведении потребителей в кризисные периоды фиксируют и исследования ФГБУН «Вологодский научный центр РАН» (далее – ВолНЦ РАН), который проводит ежегодное изучение тенденций, складывающихся в сфере материального потребления жителей региона, в рамках мониторинга общественного

Таблица 5. Индексы физического объема оборота розничной торговли в Вологодской области, % к предыдущему году, в сопоставимых ценах

	Год								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Продовольственные товары	106,2	89,1	117,2	102,8	114,9	100,1	103,8	92,5	92,9
Непродовольственные товары	111,4	89,4	114,9	113,8	125,9	103,5	100,3	87,4	92,8
Платные услуги	102,3	95,7	102,1	102,7	101,3	101,0	97,2	101,3	98,6
Всего	108,5	89,4	116,3	107,9	119,7	101,7	102,0	90,3	92,8

Источники: Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>; Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. URL: <http://vologdatast.gks.ru>

мнения на территории Вологодской области с конца 1990-х годов². В круг вопросов для анализа потребительского поведения входят оценки обеспеченности основными товарами, материальных возможностей покупки продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, количества и качества приобретаемых товаров [11].

Потребительское поведение в условиях кризиса напрямую зависит от покупательной способности индивидов. Покупательная способность – это количество товаров или услуг, выражающееся в определенном объеме денег, которое индивид может себе позволить. Как показывают результаты мониторинга

общественного мнения, в 2014–2015 гг. отмечается ухудшение оценок покупательной способности доходов населения в отношении приобретения продуктов питания, непродовольственных товаров, оплаты услуг (табл. 6). Так, по сравнению с 2013 годом уменьшилась доля жителей региона, имеющих материальные возможности для покупки большинства продуктов питания (с 37 до 27%), непродовольственных товаров (с 28 до 19%), оплаты большинства услуг, кроме самых дорогостоящих (с 22 до 16%). При этом возрос удельный вес жителей, которые испытывали трудности при покупке даже самых необходимых товаров (с 7 до 15%) и оплате повседневных

Таблица 6. Оценка материальных возможностей населения в приобретении продовольственных и непродовольственных товаров, а также в оплате получения различных услуг, % от числа опрошенных*

	Год									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Продовольственные товары										
Могли позволить себе покупку большинства продуктов	34,2	28,4	31,0	36,5	34,7	36,5	32,5	27,1	30,2	27,3
Приобретали только самые необходимые продукты	54,3	54,7	54,5	52,0	51,7	52,1	51,1	55,5	54,1	57,5
Испытывали трудности при покупке даже самых необходимых продуктов питания	6,0	10,7	9,7	5,9	6,7	5,1	8,5	8,5	7,3	7,6
Непродовольственные товары										
Могли позволить себе покупку большинства товаров	23,1	19,9	22,4	26,5	25,1	28,3	21,3	19,4	20,1	25,3
Приобретали только самые необходимые товары	56,9	62,3	60,1	58,4	62,2	59,3	59,7	56,9	58,1	57,0
Испытывали трудности при покупке даже самых необходимых товаров	10,5	11,9	12,4	9,5	8,2	6,9	9,9	14,5	13,3	9,8
Платные услуги**										
Оплата большинства услуг не вызывала трудностей	–	14,0	17,0	20,8	19,8	22,0	19,0	16,2	16,0	15,2
Могли оплатить только самые повседневные услуги	–	61,3	59,5	60,9	60,0	60,8	58,3	56,1	57,8	59,1
Испытывали трудности при оплате даже самых необходимых услуг	–	17,7	18,0	12,2	13,1	12,0	16,8	20,9	19,4	17,3
* Здесь и далее населением оценивались итоги прошедшего года в сравнении с предыдущим.										
** Вопрос задается с 2009 года.										
Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.										

² Каждые два месяца (6 раз в год) опрашивается 1500 жителей старше 18 лет в двух крупных городах (Вологда, Череповец), а также в 8 районах области (Бабаевский, Великоустюгский, Вожегодский, Грязовецкий, Кирилловский, Никольский, Тарногский и Шекснинский). Основным методом мониторинга является анкетирование по месту жительства респондентов. Объем выборочной совокупности исследования составляет около 9 тысяч жителей региона в год. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3%.

услуг (бытовых, парикмахерских, жилищно-коммунальных, транспортных; с 12 до 21%). Большинство населения области заявляет о возможности приобрести или оплатить только самые необходимые товары и услуги (56%).

При снижении материальных возможностей приобретения тех или иных товаров и услуг основным способом приспособления населения к сложившимся условиям становится стратегия экономии, которая предполагает сокращение потребления продовольственных и непродовольственных товаров, а также переход на потребление товаров более низкого ценового диапазона.

Данные общенационального социологического мониторингового исследования ИС РАН 2014–2017 гг. продемонстрировали, что основным механизмом влияния кризиса на население стал рост цен, а наиболее распространенной стратегией адаптации к новым условиям – экономия. 80% россиян отмечали, что кризис внес корректировки в их модели потребления. Наиболее частыми направлениями экономии стали покупка одежды и обуви (47%), отдых и туризм (44%) и приобретение дорогостоящих товаров длительного пользования (39%). Более трети (35%) сэкономили на продуктах питания и 31% – на досуге [12, с. 68].

Согласно данным ФОМ, россияне, реагируя на ситуацию экономического кризиса, встают перед дилеммой – больше экономить или больше зарабатывать. К стратегии экономии склонны 48% россиян, к стратегии дополнительных заработков – 42% [13]. Как свидетельствуют эксперты ВЦИОМ, потребительские настроения россиян в современных условиях экономического кризиса далеко не радужные: вместо того, чтобы покупать, они предпочитают создавать финансовые резервы «на черный день» [14].

Аналогичные изменения фиксируют и региональные исследования ВолНИЦ РАН. В 2014–2015 гг. снизилось количество приобретаемых товаров и платных услуг (табл. 7). По сравнению с 2013 годом возросло представительство жителей области, которые приобретали или получали «в меньшем объеме, чем прежде» продукты питания, – с 18 до 31%, непродовольственные товары – с 25 до 38%, услуги – с 23 до 32%. При этом заметно снизился удельный вес тех, у кого количество приобретенных товаров и услуг увеличилось или существенно не изменилось.

Представители различных групп населения по-разному реагируют на кризисную ситуацию. На изменение потребительского

Таблица 7. Оценка изменения количества (объема) приобретаемых продуктов питания, непродовольственных товаров, платных услуг в прошлом году по сравнению с предыдущим годом, % от числа опрошенных

	Год									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Продовольственные товары										
Приобретали больше, чем прежде	11,3	9,3	7,9	10,4	10,4	11,8	7,9	9,0	7,7	9,1
Приобретали в том же объеме, что и прежде	57,7	53,7	57,3	58,1	57,5	58,9	50,2	45,3	48,4	53,9
Приобретали меньше, чем прежде	18,5	26,6	25,9	22,1	20,1	18,1	23,3	31,3	28,1	23,4
Непродовольственные товары										
Приобретали больше, чем прежде	9,7	6,2	5,4	9,0	9,2	9,6	6,6	7,4	6,0	7,5
Приобретали в том же объеме, что и прежде	52,0	40,2	44,4	50,1	48,4	52,3	40,9	39,0	39,5	44,5
Приобретали меньше, чем прежде	25,9	40,1	36,7	29,5	29,5	24,7	36,2	38,2	36,9	32,8
Платные услуги*										
Получили больше, чем прежде	–	7,0	6,3	7,2	7,5	10,0	5,6	6,9	7,9	9,7
Получили в том же объеме, что и прежде	–	33,0	42,8	43,9	44,5	48,0	37,1	34,0	37,1	42,2
Получили меньше, чем прежде	–	29,9	27,9	23,9	25,2	22,5	25,3	31,9	29,5	26,7

* Вопрос задается с 2009 года.

Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНИЦ РАН.

Таблица 8. Оценка изменения количества (объема) приобретаемых продовольственных, непродовольственных товаров и платных услуг в различных социально-демографических группах населения (вариант ответа «Приобретали (получали) меньше, чем прежде»), % от числа опрошенных

Категория		Приобретали меньше, чем прежде, продовольственных товаров			Приобретали меньше, чем прежде, непродовольственных товаров			Получили меньше, чем прежде, услуг		
		2013 год	2014 год	2015 год	2013 год	2014 год	2015 год	2013 год	2014 год	2015 год
Пол	Мужской	19	20,6	28,9	24,1	32,7	34	20,4	22,4	30,1
	Женский	17,4	25,4	33,3	25,2	39	41,6	24,2	27,6	33,4
Возраст	До 30 лет	13,9	16,8	28,1	20,9	31,6	31,1	18,8	19,4	24,7
	30–55 лет	16,7	24,8	33,1	25,8	36,9	38	21,7	28,3	35,3
	Старше 55 лет	23	25,1	30,8	25,7	38,1	42,6	26,1	24,8	31,6
Образование	Среднее и н/среднее	22,9	24,9	30,1	23,9	36,2	37,1	24,3	27,8	29,9
	Среднее специальное	16,8	21,7	35,2	25,4	37,5	40,8	21,2	23	35,8
	Высшее и н/высшее	14,5	23	28,6	24,5	34,8	36,8	21,6	24,9	29,9
Доходная группа	20% наименее обеспеченных	22,9	26,8	38,8	30,6	35,3	39,9	31	31,2	33,5
	60% среднеобеспеченных	21	28,6	30,9	28,1	42,3	40,6	24,6	28,4	34
	20% наиболее обеспеченных	9,2	9,3	20,2	13,3	21,6	30,4	11,1	15,6	24
Территория	Вологда	14,9	24,9	35,7	26,2	42,7	39,2	24,1	26,5	30,9
	Череповец	20,7	30,8	38,8	29,1	45,1	52,2	23,5	33,3	42,8
	Районы	18,5	18,3	24,6	21,4	27,8	29,6	21	20,2	26,3

Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.

поведения в условиях кризиса существенное влияние оказывают возраст, уровень дохода, место проживания. Анализ изменений количества приобретенных товаров в различных социально-демографических категориях показал, что наиболее существенный рост доли тех, кто уменьшил количество приобретаемых продуктов питания, произошел в возрастной группе от 30 до 55 лет (с 17% в 2013 году до 33% в 2015 году), в 20%-й группе населения с низким уровнем материального достатка (с 23 до 39% соответственно), среди городских жителей – Вологды (с 15 до 36%) и Череповца (с 21 до 39%; табл. 8).

Сокращение приобретения непродовольственных товаров отмечается чаще других в возрастных группах до 30 лет (доля негативных оценок возросла с 21 до 31%) и старше 55 лет (с 26 до 43%), а также в 20%-й группе наиболее обеспеченных жителей региона (с 13 до 30%).

Объем потребления платных услуг в условиях кризиса сократили в основном представители средней возрастной категории (удельный вес негативных оценок увеличился с 22 до 35%), в группе высокообеспеченных жителей области (с 11 до 24%).

Эти данные свидетельствуют о том, что кризис 2014–2015 гг. в плане влияния на потребительское поведение в наибольшей степени отразился на молодых и средневозрастных работающих людях, пытающихся изменить структуру своего бюджета в соответствии с увеличивающимися затратами на семью и детей. Большое значение имеет и такой аспект, как проживание индивида в городе или сельской местности [15]. Можно предположить, что жители села в меньшей мере подвержены изменениям своего потребительского поведения ввиду замедленного ритма жизни (по сравнению с городским), отсутствия возможностей его изменить, в том числе в условиях кризиса. Они также полагаются и на поступления из личных подсобных хозяйств.

Еще одним механизмом адаптации населения к кризисным условиям является приобретение менее качественных, но более дешевых товаров. По данным социологического исследования ВолНЦ РАН, в 2014–2015 гг. менее благоприятными стали оценки качества приобретаемых населением товаров (табл. 9). По сравнению с 2013 годом снизилась доля жителей региона, которые заяви-

Таблица 9. Оценка изменения качества приобретаемых продуктов питания, непродовольственных товаров, оказанных платных услуг в прошлом году по сравнению с предыдущим годом, % от числа опрошенных

	Год									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Продовольственные товары										
Значительно и немного улучшилось	17,5	16,1	20,3	25,1	18,3	19,6	8,0	6,5	11,2	14,1
Не изменилось	50,5	52,2	51,7	48,4	57,1	57,5	55,9	47,5	50,0	52,5
Значительно и немного ухудшилось	21,0	22,0	21,1	16,7	15,9	16,0	24,6	30,7	24,6	22,2
Непродовольственные товары										
Значительно и немного улучшилось	17,2	17,9	18,6	23,1	20,2	24,0	10,5	7,8	11,6	14,9
Не изменилось	49,9	52,1	51,3	51,5	54,3	57,5	55,9	51,3	54,1	55,0
Значительно и немного ухудшилось	16,2	17,4	18,3	13,5	13,2	10,0	16,6	23,2	19,3	15,6
Платные услуги*										
Значительно и немного улучшилось	–	16,5	20,2	20,3	16,6	23,4	9,2	9,4	10,7	13,8
Не изменилось	–	50,1	50,7	50,7	56,2	57,5	52,1	51,3	52,9	53,3
Значительно и немного ухудшилось	–	15,2	13,7	12,7	12,2	8,8	14,8	20,2	18,7	15,1

* Вопрос задается с 2009 года.
Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.

ли об улучшении качества приобретаемых продуктов питания (с 20 до 7%), непродовольственных товаров (с 24 до 8%), услуг (с 23 до 9%). При этом возрос удельный вес негативных оценок в отношении качества продовольственных товаров – с 16 до 31%, промышленных товаров – с 10 до 23%, платных услуг – с 9 до 20% соответственно.

Подобный способ адаптации населения к кризису очень наглядно проявляется в изменении структуры потребления продовольственных товаров, а именно в замещении дорогостоящих продуктов питания более дешевыми [16]. В 2014–2015 гг. большинство жителей области регулярно потребляет товары низкого ценового диапазона, такие как крупы (78%), хлебобулочные изделия (86%), макаронные изделия (75%). При этом по сравнению с 2013 годом снизилось регулярное потребление относительно дорогостоящих продуктов питания: мяса и мясных изделий (с 58 до 43%), колбасы (с 54 до 34%), рыбы и рыбных изделий (с 48 до 32%), масла животного (с 61 до 48%), масла растительного (с 81 до 75%), овощей (с 79 до 65%), фруктов (с 56 до 43%). Эти данные свидетельствуют об изменении структуры потребления, а именно о замещении дорогостоящих товаров более дешевыми. На фоне ухудшения материального положения населения, сокращения покупательной спо-

собности доходов наблюдается снижение регулярного потребления населением важнейших и наиболее калорийных продуктов питания (мясо, рыба, масло, овощи и фрукты), что имеет следствием негативное изменение его структуры в пользу углеводной модели потребления [17, с. 150]. Более того, потребление ряда продуктов, например, яиц и яйцепродуктов, картофеля, овощей, фруктов и ягод, не соответствует рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, которые разработаны Министерством здравоохранения РФ [18].

Таким образом, мы видим, что в кризисных условиях значительная доля населения вынуждена использовать те или иные действия для улучшения материального положения, индивиды применяют разные способы адаптации, а именно сокращение объемов и уменьшение частоты потребления, отказ от дорогостоящих продовольственных и непродовольственных товаров и услуг.

На изменение потребительского поведения населения влияет целый комплекс взаимодействующих факторов, которые тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены и классифицируются в зависимости от уровня существования и реализации потребителя. Факторы каждого уровня подвергаются воздействию факторов другого уровня и, таким

Таблица 10. Доля жителей Вологодской области, регулярно потребляющих основные продукты питания, % от числа опрошенных

	Год									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Хлебобулочные изделия	85,7	88,9	89,1	86,9	87,8	88,5	86,5	85,5	88,4	88,7
Сахар	77,6	82,0	76,9	79,4	80,0	78,7	80,9	77,2	79,8	80,9
Молоко и молочные изделия	64,9	74,1	74,9	73,1	74,7	74,7	75,5	69,9	76,8	80,4
Масло растительное	71,2	80,1	72,5	74,1	79,6	81,1	78,7	74,7	78,1	78,2
Крупы	70,9	76,5	67,0	70,9	72,2	78,3	76,7	77,7	75,9	74,9
Овощи	84,2	89,7	86,5	87,8	88,4	78,7	70,3	64,7	72,0	71,1
Макаронные изделия	72,1	76,8	68,3	69,6	71,8	76,3	74,1	75,1	72,3	69,0
Яйцо	59,7	67,3	62,5	68,1	70,9	69,5	66,9	57,4	65,7	68,3
Масло животное	38,9	47,9	45,9	40,2	49,9	61,0	56,5	48,3	53,5	58,3
Мясо и мясные изделия	51,3	53,2	53,8	55,5	61,3	57,8	55,0	43,1	49,9	53,5
Фрукты	41,1	40,5	42,1	47,3	51,7	55,7	54,3	42,8	51,0	48,9
Колбаса	44,0	47,1	43,9	48,8	51,3	53,5	47,8	33,9	42,4	45,9
Рыба и рыбные изделия	31,0	36,5	37,3	36,3	44,4	47,5	41,7	32,2	34,1	34,8

Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.

образом, взаимодействуют и переплетаются. Некоторые факторы, такие, например, как уровень доходов, уровень инфляции, оказывают существенное воздействие на всех уровнях реализации потребительского поведения.

Как индивидуальный субъект потребительского поведения каждый человек находится под влиянием имеющих специфическое происхождение индивидуально-психологических факторов, таких как индивидуальные потребности, установки, настроения, притязания, ожидания, оценки, психологические потребительские реакции и т. п. На уровне домохозяйств (микроуровень) действуют такие факторы, как доходы домохозяйства, социально-демографический состав семьи, ее потребности и т. п. Население регионального сообщества как совокупный региональный потребитель (мезоуровень) испытывает воздействие таких факторов, как общеэкономическая ситуация в регионе, уровень и темпы инфляции, отраслевая структура занятости в регионе, особенности региональной социально-экономической политики и т. п. На уровне страны в целом (макроуровень) действуют такие факторы потребительского поведения, как инфляция, общеэкономическая ситуация, государственная политика в сфере занятости, социальная политика и т. п. [19]. При этом в условиях кри-

зисных процессов в экономике на первый план выходят факторы мезо- и макроуровня.

Для изучения влияния данных факторов на потребительское поведение населения Вологодской области нами был использован множественный регрессионный анализ. В качестве объясняемых переменных были взяты показатели, характеризующие оценки населения относительно количества приобретаемых продуктов питания и непродовольственных товаров, а в качестве объясняющих факторных переменных использовались макроэкономические индикаторы, предоставляемые органами официальной статистики: реальные располагаемые денежные доходы, оборот розничной торговли продовольственных и непродовольственных товаров, индекс промышленного производства в Вологодской области, индекс потребительских цен.

На основе данных опросов и статистики за период с 2000 по 2017 год были построены линейные модели множественной регрессии, которые отражают зависимость приобретения населением продовольственных и непродовольственных товаров от показателей, характеризующих социально-экономическое развитие региона, уровень и качество жизни населения (приложения 1, 2).

Проведенный анализ показал, что модели множественной регрессии демонстрируют высокие показатели коэффициента де-

терминации по рассматриваемым позициям (R-squared – 0,79 и 0,77; табл. 11)³.

Коэффициент детерминации рассчитывается по формуле:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_i (y_i - f_i)^2}{\sum_i (y_i - \bar{y})^2},$$

где:

y_i – выборочные данные;

f_i – соответствующие им значения модели.

Это свидетельствует о том, что вариация индексов оценки количества приобретаемых продовольственных и непродовольственных товаров на 79 и 77% соответственно обусловлена вариацией выбранных нами макроэкономических индикаторов, т. е. на долю вариации факторных признаков приходится большая часть по сравнению с остальными неучтенными в модели факторами, влияющими на изменение результативного показателя. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что динамика показателей экономического развития региона, розничный товарооборот, инфляционные процессы и доходы населения

оказывают существенное влияние на приобретение жителями региона продуктов питания и непродовольственных товаров.

Последующий анализ регрессионных моделей на предмет выявления самых значимых из рассматриваемых факторов осуществлялся путем последовательного исключения из моделей наименее значимых переменных (с самым высоким Probability) и позволил выделить 2 фактора – оборот розничной торговли и индекс потребительских цен. Показатели значимости данных факторов (Probability) в модели с объясняемой переменной Y_1 – Индекс оценок количества приобретаемых продуктов питания равны соответственно 0,001 и 0,009, а в модели с объясняемой переменной Y_2 – Индекс оценок количества приобретаемых непродовольственных товаров – 0,008 и 0,004. Это означает, что именно данные факторы (индекс потребительских цен и оборот розничной торговли) оказывают наиболее существенное влияние на изменение количества приобретаемых населением области товаров, причем как продуктов питания, так и непродовольственных товаров.

Таблица 11. Коэффициент детерминации множественной регрессии

Факторные переменные X – макроэкономические показатели	Объясняемые переменные Y – индексы оценки количества приобретаемых продовольственных и непродовольственных товаров*	Коэффициент детерминации R-squared
X_1 – Реальные располагаемые денежные доходы, в % к предыдущему году	Y_1 – Индекс оценки количества приобретаемых продовольственных товаров, в % к предыдущему году	0,7943
X_2 – Оборот розничной торговли непродовольственных товаров, в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах		
X_3 – Оборот розничной торговли продовольственных товаров, в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах)	Y_2 – Индекс оценки количества приобретаемых непродовольственных товаров, в % к предыдущему году	0,7738
X_4 – Индекс промышленного производства в Вологодской области, в % к предыдущему году		
X_5 – Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года), в %		
* Индексы рассчитывались на основе ответов респондентов на вопросы «Как изменилось количество (объем) приобретаемых Вами продуктов питания в текущем году по сравнению с предыдущим годом?», «Как изменилось количество (объем) приобретаемых Вами непродовольственных товаров в текущем году по сравнению с предыдущим годом?».		
Для расчета индексов из доли положительных ответов (в процентах) вычитается доля отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин. Таким образом, полностью отрицательные ответы дали бы общий индекс 0, сплошь положительные – 200, равновесие первых и вторых – индекс 100, являющийся, по сути, нейтральной отметкой.		

³ Коэффициент детерминации показывает, какая доля вариации объясняемой переменной Y учтена в модели и обусловлена влиянием на нее факторов, включенных в модель. Коэффициент принимает значения из интервала [0; 1]. Чем ближе значение к 1, тем выше сила связи.

Итак, экономические кризисы являются неизбежным следствием рыночного развития. Долговременный экономический рост не является равномерным, а постоянно прерывается периодами экономической нестабильности.

Регулярно происходящие кризисы вносят существенные коррективы в потребительское поведение населения. Не стал исключением и кризис 2014–2015 гг. Под воздействием негативных тенденций социально-экономического развития региона – снижения розничного товарооборота, ухудшения материального положения населения, снижения покупательной способности доходов, усиления инфляционных процессов – произошло сокращение доступных ранее потребительских возможностей населения.

Адаптация потребительского поведения населения Вологодской области к кризисным условиям 2014–2015 гг. проходила по трем направлениям:

- увеличение доли расходов на питание в структуре потребительских расходов;
- снижение количества (объема) потребления товаров и услуг;
- ухудшение качества приобретаемых товаров.

Следует обратить внимание на то, что данные процессы адаптации потребительского поведения имеют ряд негативных последствий. Так, рост расходов на питание сопровождается сокращением расходов на второстепенные по сравнению с потреблением продуктов потребности (общение, развитие, самореализация и др.). Попытки поддержания необходимого уровня потре-

бления многими семьями осуществляются за счет заметного ухудшения других аспектов качества жизни, таких как образование, занятие творчеством, полноценный отдых, проведение досуга [20; 21].

Снижение количества и ухудшение качества потребляемых товаров, в особенности продовольственных, оказывают негативное влияние на один из главных обобщающих показателей качества питания – его суточную калорийность, что в свою очередь отрицательно сказывается на состоянии здоровья, физической и умственной активности населения. Недостаточное и неполноценное питание оказывает огромное влияние на биологические и социальные аспекты воспроизводства населения, его жизненный тонус, производительность труда, имеет серьезные медицинские и социально-экономические последствия – заболевания, сокращение продолжительности жизни, снижение качества рабочей силы, что в итоге сказывается на перспективах развития экономики страны в целом [22; 23].

Перечисленные выше адаптационные механизмы жителей Вологодской области к кризисным условиям 2014–2015 гг. демонстрируют серьезные трансформации потребительского поведения населения, которые в длительной перспективе могут привести к нарушению воспроизводства человеческого потенциала – его физической, интеллектуальной, социальной составляющих.

Улучшение ситуации на потребительском рынке и изменение потребительских стратегий выживания и экономии будут зависеть от преодоления в ближайшей перспективе кризисных процессов и выхода экономики на устойчивую траекторию развития.

Приложение 1

Модели множественной регрессии индекса оценок количества приобретаемых продовольственных товаров и макроэкономических показателей

```
# Множественная регрессия
```

```
> m1 <- lm(Y1~X1+X2+X3+X4+X5+X6, data=Book)
```

```
> summary(m1)
```

Call:

```
lm(formula = Y1 ~ X1 + X2 + X3 + X4 + X5 + X6, data = Book)
```

Residuals:

	Min	1Q	Median	3Q	Max
	-6,1354	-1,1360	0,2156	1,5492	4,6123

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	77,0506	35,9366	2,144	0,0552
X1	-0,2177	0,2435	-0,894	0,3906
X2	-1,0081	0,8434	-1,195	0,2571
X3	-1,1376	1,2426	-0,915	0,3796
X4	1,8709	2,0778	0,900	0,3872
X5	0,3501	0,2623	1,335	0,2089
X6	-0,3638	0,3201	-1,136	0,2799

Signif. codes: 0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 3,634 on 11 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0,7943, Adjusted R-squared: 0,5106

F-statistic: 3,956 on 6 and 11 DF, p-value: 0,02349

```
# Убираем X1
```

```
> m1 <- lm(Y1~X2+X3+X4+X5+X6, data=Book)
```

```
> summary(m1)
```

Call:

```
lm(formula = Y1 ~ X2 + X3 + X4 + X5 + X6, data = Book)
```

Residuals:

	Min	1Q	Median	3Q	Max
	-6,3893	-0,6309	-0,1428	1,1727	5,3396


```

Coefficients:
              Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  93,4152    30,6626   3,047  0,0101 *
X2           -0,6665     0,7455  -0,894  0,3889
X3           -0,5832     1,0677  -0,546  0,5949
X4            0,9038     1,7588   0,514  0,6167
X5            0,2193     0,2158   1,016  0,3296
X6           -0,5270     0,2607  -2,021  0,0661 ,
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 3,603 on 12 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,6603,    Adjusted R-squared:  0,5188
F-statistic: 4,665 on 5 and 12 DF,  p-value: 0,01346

```

```

# Убираем X4
> m1 <- lm(Y1~X2+X3+X5+X6, data=Book)
> summary(m1)

```

```

Call:
lm(formula = Y1 ~ X2 + X3 + X5 + X6, data = Book)

```

```

Residuals:
    Min     1Q   Median     3Q     Max
-6,249 -1,039 -0,196  1,191  5,350

```

```

Coefficients:
              Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 100,24803    26,83558   3,736  0,00249 **
X2           -0,28589     0,08209  -3,483  0,00405 **
X3           -0,03869     0,12605  -0,307  0,76378
X5            0,19854     0,20589   0,964  0,35251
X6           -0,59020     0,22324  -2,644  0,02025 *
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 3,5 on 13 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,6528,    Adjusted R-squared:  0,546
F-statistic: 6,111 on 4 and 13 DF,  p-value: 0,005409

```

```

# Убираем X3
> m1 <- lm(Y1~X2+X5+X6, data=Book)
> summary(m1)

```

```

Call:
lm(formula = Y1 ~ X2 + X5 + X6, data = Book)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-6,2497 -0,7780  0,1005  1,2185  5,6528

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 103,13652   24,30440    4,244 0,000818 ***
X2           -0,29618    0,07247   -4,087 0,001110 **
X5            0,17076    0,17885    0,955 0,355896
X6           -0,61717    0,19847   -3,110 0,007683 **
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 3,385 on 14 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,6503,    Adjusted R-squared:  0,5754
F-statistic: 8,679 on 3 and 14 DF,  p-value: 0,001673

```

```

# Убираем X5
> m1 <- lm(Y1~X2+X6, data=Book)
> summary(m1)

```

```

Call:
lm(formula = Y1 ~ X2 + X6, data = Book)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-6,3219 -1,0277  0,0998  1,1186  6,5561

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 112,55646   22,14613    5,082 0,000135 ***
X2           -0,27510    0,06882   -3,998 0,001165 **
X6           -0,56413    0,18997   -2,970 0,009546 **
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 3,375 on 15 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,6275,    Adjusted R-squared:  0,5779
F-statistic: 12,64 on 2 and 15 DF,  p-value: 0,0006068

```

Приложение 2

Модели множественной регрессии индекса оценок количества приобретаемых непродовольственных товаров и макроэкономических показателей

```
# Множественная регрессия
> m1 <- lm(Y2~X1+X2+X3+X4+X5+X6, data=Book)
> summary(m1)
```

```
Call:
lm(formula = Y2 ~ X1 + X2 + X3 + X4 + X5 + X6, data = Book)
```

```
Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-7,9434 -3,7298  0,8164  2,4574  8,9215
```

```
Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 154,78131    59,27352   2,611  0,0242 *
X1           -0,26939     0,40165  -0,671  0,5162
X2           -1,69022     1,39108  -1,215  0,2498
X3           -1,81656     2,04951  -0,886  0,3944
X4            3,32661     3,42705   0,971  0,3526
X5            0,05494     0,43262   0,127  0,9012
X6           -0,76717     0,52797  -1,453  0,1741
```

```
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 5,994 on 11 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,7738,    Adjusted R-squared:  0,4262
F-statistic: 3,105 on 6 and 11 DF,  p-value: 0,04954
```

```
# Убираем X5
> m1 <- lm(Y2~X1+X2+X3+X4+X6, data=Book)
> summary(m1)
```

```
Call:
lm(formula = Y2 ~ X1 + X2 + X3 + X4 + X6, data = Book)
```

```
Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-7,9803 -3,6462  0,6535  2,2688  9,2255
```

Coefficients:

	Estimate	Std, Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	159,7159	42,8859	3,724	0,0029 **
X1	-0,2409	0,3193	-0,755	0,4651
X2	-1,6202	1,2237	-1,324	0,2102
X3	-1,6995	1,7537	-0,969	0,3516
X4	3,1424	2,9749	1,056	0,3116
X6	-0,7903	0,4749	-1,664	0,1220

Signif, codes: 0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 5,743 on 12 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0,6282, Adjusted R-squared: 0,4733

F-statistic: 4,055 on 5 and 12 DF, p-value: 0,02183

Убираем X1

```
> m1 <- lm(Y2~X2+X3+X4+X6, data=Book)
```

```
> summary(m1)
```

Call:

```
lm(formula = Y2 ~ X2 + X3 + X4 + X6, data = Book)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-8,2473	-3,6716	-0,3943	2,9830	9,3414

Coefficients:

	Estimate	Std, Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	167,1299	41,0476	4,072	0,00132 **
X2	-1,3390	1,1461	-1,168	0,26365
X3	-1,2567	1,6250	-0,773	0,45316
X4	2,2928	2,7076	0,847	0,41241
X6	-0,9642	0,4083	-2,362	0,03446 *

Signif, codes: 0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 5,647 on 13 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0,6105, Adjusted R-squared: 0,4907

F-statistic: 5,095 on 4 and 13 DF, p-value: 0,01082

```
# Убираем X3
> m1 <- lm(Y2~X2+X4+X6, data=Book)
> summary(m1)

Call:
lm(formula = Y2 ~ X2 + X4 + X6, data = Book)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-7,9035 -4,4730 -0,5205  3,4253  8,7825

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 180,3299    36,7905   4,902 0,000234 ***
X2           -0,4698     0,2209  -2,127 0,051720 ,
X4            0,2123     0,3000   0,708 0,490793
X6           -1,1274     0,3444  -3,273 0,005551 **
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 5,565 on 14 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,5926,    Adjusted R-squared:  0,5053
F-statistic: 6,789 on 3 and 14 DF,  p-value: 0,004691
```

```
# Убираем X4
> m1 <- lm(Y2~X2+X6, data=Book)
> summary(m1)

Call:
lm(formula = Y2 ~ X2 + X6, data = Book)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-7,9055 -3,6647 -0,8254  3,2699 10,1404

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 177,1824    35,9076   4,934 0,00018 ***
X2           -0,3357     0,1116  -3,009 0,00882 **
X6           -1,0261     0,3080  -3,331 0,00456 **
---
Signif. codes:  0 '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Residual standard error: 5,472 on 15 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0,5781,    Adjusted R-squared:  0,5218
F-statistic: 10,27 on 2 and 15 DF,  p-value: 0,001547
```


ЛИТЕРАТУРА

1. Тихонова Н.Е. Явные и неявные последствия экономических кризисов для россиян // Социологические исследования. 2015. № 15. С. 16–21.
2. Ивантер В.В. Перспективы восстановления экономического роста в России // Вестник Российской академии наук. 2017. № 1. С. 15–28.
3. Ечевская О.Г., Чечикова С.В. Стратегии адаптации и «антикризисные меры» россиян в условиях экономического кризиса // Регион: экономика и социология. 2018. № 1 (97). С. 142–166.
4. Социально-экономическое положение Вологодской области в 2016 году: докл. Вологда: Вологдастат, 2017. 91 с.
5. Доходы, расходы и потребление в домашних хозяйствах Вологодской области в 2015 году: стат. бюл. Вологда: Вологдастат, 2016. С. 11.
6. Зубаревич Н.В. Кризис в России: региональная проекция. URL: <https://openrussia.org> (дата обращения 22.04.2018).
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Ось-89, 1997. 255 с.
8. Энджел Д.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. 325 с.
9. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995. 291 с.
10. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 1979, vol. 47, no. 2, pp. 263–291.
11. О развитии российской экономики в 2017 году. URL: <http://www.forecast.ru> (дата обращения 15.04.2018).
12. Гулин К.А., Дементьева И.Н. Динамика уровня потребления населения региона // Проблемы развития территории. 2005. № 2 (29). С. 52–61.
13. Мареева С.В. Адаптация россиян к последствиям экономического кризиса // Социологические исследования. 2017. № 11. С. 65–75.
14. Стратегии потребления в кризис // Фонд «Общественное Мнение». 2016. 21 марта. URL: <http://fom.ru> (дата обращения 20.04.2018).
15. Потребительские настроения россиян в ноябре // Всероссийский центр изучения общественного мнения. 2016. 14 декабря (пресс-выпуск № 3266). URL: <http://wciom.ru> (дата обращения 22.04.2018).
16. Абанокова К., Локшин М. Укрупнение размера как механизм адаптации домохозяйств к кризису. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ukrupnenie-razmera-kak-mehanizm-adaptatsii-domo-hozyaystv-k-krizisu> (дата обращения 22.04.2018).
17. Шабунова А.А., Дементьева И.Н. О кризисе, потреблении и социальной политике государства // Проблемы развития территории. 2017. № 3 (89). С. 7–22.
18. Россинская Г.М. Факторы и закономерности потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной российской экономики // Уровень жизни населения регионов России. 2016. № 3 (201). С. 147–156.
19. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 авг. 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71385784> (дата обращения 20.04.2018).
20. Россинская Г.М. К методологии анализа экономического поведения потребителя // Вестник Московского университета. Сер. 6 «Экономика». 2007. № 6. С. 72–80.
21. Нуксунова А.М. Досуговое поведение россиян. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/dosugovoe-povedenie-rossiyan> (дата обращения 15.04.2018).
22. Изменения в доходах и потреблении российских домашних хозяйств: от бедности к среднему классу / Л.Н. Овчарова [и др.] // SPERO. 2013. № 18. С. 7–36.
23. Алиев Т.М. Динамика уровня жизни населения в Казахстане (потребление продуктов питания) // Вестник Московского университета. Сер. 13. 2012. № 2. С. 16–33.
24. Дементьева И.Н., Шаклеина М.В. Моделирование социально-демографических детерминант потребления основных продуктов питания на примере Вологодской области // Экономика и управление. 2018. № 1 (147). С. 79–90.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Дементьева Ирина Николаевна – научный сотрудник отдела исследования уровня и образа жизни населения. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а. E-mail: irinika_74@mail.ru. Тел.: +7(8172) 59-78-10.

Dement'eva I.N.

CONSUMER BEHAVIOR OF REGION'S POPULATION AND THE FEATURES OF THEIR ADAPTATION TO THE ECONOMIC CRISIS CONDITIONS IN 2014–2015⁴

Economic crises are an inevitable and natural phenomenon of market development. The 2014–2015 crisis in Russia was caused by both internal structural problems in the economy and external causes, primarily Western sanctions and the declined world oil prices. Crisis processes affected Russian regions, including the Vologda Oblast. During the crisis, the main macroeconomic indicators and indicators of the population's quality of life and standard of living demonstrated negative performance. Crisis phenomena in the economy have a significant impact on household consumption, significantly limiting consumer choice, forcing people to optimize their budget, change consumer activity, practices, habits and styles of consumption in response to the decline in consumer opportunities. The purpose for the study is to analyze the trends in consumer behavior of the region's population and the features of their adaptation to the economic crisis conditions. The study of trends in material consumption of the region's residents is based on data from the Federal State Statistics Service, the territorial body of the Federal State Statistics Service of the Vologda Oblast, as well as public opinion monitoring of the Federal State Budgetary Institution of Science "Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences". Multiple regression analysis in the R-studio software environment is used to analyze the factors influencing the changes in population's consumer behavior. The studies indicate that during 2014–2015, the sphere of consumption demonstrated negative trends. The declining estimates of goods and services consumption were due to a decrease in the population's income growth rates and increased inflation. The adaptation of population's consumer behavior in the Vologda Oblast to crisis conditions of 2014–2015 took place in three directions: increased share of food expenses in the structure of consumer spending, reduced number (volume) of goods and services consumption, deterioration of the quality of purchased goods. These mechanisms of adaptation to crisis conditions in 2014–2015 among the residents of the Vologda Oblast demonstrate serious transformations of population's consumer behavior, which in the long term can lead to violation of the reproduction of human potential.

Economic crisis, consumer behavior, public opinion monitoring, adaptation strategies, level and quality of consumption.

⁴ The article is prepared in the framework of the Russian Foundation for Fundamental Research grant no. 18-013-01077 "The development of a methodological approach to assessing the social health in a transforming society".

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Dement'eva Irina Nikolaevna – Research Associate at the Department of Living Standards and Lifestyle Studies. Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation. E-mail: irinika_74@mail.ru. Phone: +7(8172) 59-78-10.