

## **Выбор и приобретение автомобиля как индикатор углубления социальной дифференциации населения России**

**Научный руководитель – Грабельных Татьяна Ивановна**

***Карпачева Татьяна Александровна***

*Студент (бакалавр)*

Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, Кафедра социальной философии и социологии, Иркутск, Россия

*E-mail: Karpa4evat@yandex.ru*

Социальная дифференциация общества представляет собой одну из фундаментальных характеристик социальной структуры, отражающую неравенство групп населения в доходах, власти, престиже, образовании и других аспектах. В условиях трансформации российского общества в постсоветский период актуализируется проблема углубления социальных различий и их влияния на социальную стабильность. Особое внимание исследователей привлекает динамика имущественного расслоения, проявляющаяся, в частности, в сфере потребления дорогостоящих товаров длительного пользования, к которым относится автомобиль. Приобретение личного автотранспорта выступает значимым индикатором уровня благосостояния и жизненных шансов различных групп населения.

Теоретический анализ потребительских практик и ориентаций различных групп населения позволяет получить важную информацию о реальном положении этих групп в системе социальной стратификации. Особый интерес в данном контексте представляет сфера потребления дорогостоящих непродовольственных товаров и услуг длительного пользования, к которым относится личный автомобиль. Возможность приобретения автомобиля выступает значимым индикатором уровня жизни и степени социальной дифференциации общества. Согласно исследованиям ИСЭПН РАН, автомобиль является вторым по значимости предметом длительного пользования после недвижимости, позволяющим оценить реальный уровень потребления материальных благ в домашних хозяйствах [2].

Динамика автомобилизации населения России в 2000-2020 гг. демонстрирует устойчивый рост: если в 2000 г. уровень автомобилизации составлял 150 легковых автомобилей на 1000 человек населения, то в 2020 г. этот показатель вырос до 340 автомобилей [6]. В то же время между регионами сохраняется существенная дифференциация по уровню автомобилизации: от 190 авто на 1000 человек в Республике Тыва до 420 в Москве и Санкт-Петербурге [1]. Рост показателей автомобилизации отражает повышение уровня жизни части населения и возможность приобретения дорогостоящих товаров длительного пользования. Однако значительные региональные различия свидетельствуют об углубляющемся имущественном расслоении между богатыми и бедными территориями.

Для объяснения связи между доходами населения и потреблением товаров длительного пользования применимы несколько научных подходов. Во-первых, с позиций кейнсианской теории потребления увеличение доходов ведет к росту сбережений и возможностей инвестировать в дорогие покупки [3]. Во-вторых, согласно теории демонстративного потребления Т. Веблена, высокодоходные группы населения используют покупки предметов роскоши (в т.ч. автомобилей) для публичной демонстрации своего высокого статуса [4].

В современной России государство осуществляет определенное регулирование рынка легковых автомобилей с целью стимулирования спроса на отечественную автомобильную продукцию и поддержки определенных категорий граждан. Рассмотрим итоги опроса населения Иркутской области, проведенного в 2019 г. Иркутским филиалом РАНХиГС. Выборка исследования составила 1500 респондентов, что позволяет получить репрезентатив-

ные оценки. Метод сбора данных – анкетирование по месту жительства. Результаты исследования таковы: личный легковой автомобиль имеется только у 35% опрошенных семей, в то время как 20% планируют его приобрести в течение ближайших 2-3 лет; ключевым барьером для покупки авто названа его высокая стоимость (63% ответов) [5]. Полученные данные наглядно демонстрируют существенную дифференциацию населения Иркутской области по возможностям приобретения дорогостоящего имущества, что отражает более глубинные различия в уровне жизни и социально-экономическом положении.

Также обратимся к всероссийскому исследованию ВЦИОМ, проведенному 18 февраля 2023 года. В опросе приняли участие 1600 россиян в возрасте от 18 лет. К 2023 году количество иномарок в личном пользовании увеличилось до 72%, к сравнению, в 2008 году это число составляло 36%. Также, исходя из исследования мы видим, что доля автовладельцев отечественных автомобилей сократилась на 27% (2008г.— 64%, 2023г.—37%) [7].

Проведенный в работе типологический анализ позволяет сделать вывод о том, что в 2000-2023 гг. в российском обществе сохраняются устойчивые тенденции к углублению социальной дифференциации населения по уровню доходов и возможностям потребления материальных благ и услуг. Значимым индикатором фактического материального положения домохозяйств выступает наличие личного автотранспорта. С 2000 по 2023 гг. отмечается существенный рост уровня автомобилизации населения (более чем в 2 раза). Однако между регионами сохраняется выраженная дифференциация по данному показателю, что отражает имущественное неравенство территорий. Автомобиль превращается в маркер социального статуса и отражает глубинные различия в уровне жизни населения. Для объяснения связи между доходами и потреблением применимы концепции демонстративного потребления, показывающие использование предметов роскоши (в т.ч. дорогих автомобилей) для публичной демонстрации статуса.

Таким образом, государственная политика оказывает незначительное влияние на снижение дифференциации в доступности покупки личного транспорта. Требуется более активные меры по поддержке малообеспеченных групп населения для сокращения имущественного неравенства.

### Источники и литература

- 1) Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020 г. М.: Росстат, 2020. 625 с.
- 2) Российский статистический ежегодник. 2020. М.: Росстат, 2020. 700 с.
- 3) Keynes J.M. The General Theory of Employment, Interest and Money. London: Macmillan, 1936. 403 p.
- 4) Veblen T. The Theory of the Leisure Class. New York: Penguin Books, 1994. 400 p.
- 5) Результаты исследований потребительских настроений иркутской Иркутской области. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://elib.utmn.ru/jspui/bitstream/rut-su/28688/1/vestnikTyumGU\\_2003\\_5\\_136\\_143.pdf](https://elib.utmn.ru/jspui/bitstream/rut-su/28688/1/vestnikTyumGU_2003_5_136_143.pdf) (дата обращения: 06.02.2024)
- 6) Автомобильный рынок России: тренды и прогнозы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://arr.autostat.ru/?ysclid=lsd4xm0x6b363293686> (дата обращения: 06.02.2024).
- 7) Автомобилизация России: мониторинг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtomobilizacija-rossiimonitoring> (дата обращения: 06.02.2024).