

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Научная статья

УДК 339.133.6

DOI: 10.18384/2949-5024-2026-1-112-119

## АДАПТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ ВЫЗОВАМ: ИЗМЕНЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ В РОССИИ

**Юсов Р. И.**

*Государственный университет просвещения, г. Москва, Российская Федерация*

*e-mail: Romanyusov93@gmail.com*

*Поступила в редакцию 19.11.2025*

*После доработки 14.12.2025*

*Принята к публикации 25.12.2025*

### **Аннотация**

**Цель.** Выявить структурные изменения в потреблении продовольственных и непродовольственных товаров населением России в последние годы.

**Процедура и методы.** Методология основана на анализе данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат) по динамике продаж и изменениям в потребительских предпочтениях в период с 2000 по 2024 гг.

**Результаты.** Проведённый анализ показал значительные сдвиги в структуре потребления, включая уменьшение доли традиционных продовольственных товаров и рост значимости непродовольственных товаров, таких как косметика и легковые автомобили.

**Теоретическая и/или практическая значимость** заключается в выявлении ключевых тенденций в потребительском поведении, что может быть использовано для прогнозирования будущих изменений на потребительском рынке. Результаты исследования могут способствовать разработке стратегий, направленных на поддержку устойчивого потребления и адаптацию экономики к изменяющимся условиям.

**Ключевые слова:** адаптация экономики, потребительское поведение, розничные продажи, российский потребительский рынок, структурные изменения

**Для цитирования:** Юсов Р. И. Адаптация потребителей к экономическим вызовам: изменения в потребительском поведении в России // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2026. № 1. С. 112–119. <https://doi.org/10.18384/2949-5024-2026-1-112-119>

Original research article

## CONSUMER ADAPTATION TO ECONOMIC CHALLENGES: CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOUR IN RUSSIA

**R. Yusov***Federal State University of Education, Moscow, Russian Federation**e-mail: Romanyusov93@gmail.com**Received by the editorial office 19.11.2025**Revised by the author 14.12.2025**Accepted for publication 25.12.2025***Abstract**

**Aim.** To identify structural changes in the consumption of food and non-food products by the Russian population in recent years.

**Methodology.** The methodology is based on the analysis of the Federal State Statistics Service (Rosstat) data on sales dynamics and changes in consumer preferences in the period from 2000 to 2024.

**Results.** The analysis showed significant shifts in the consumption structure, including a decrease in the share of traditional food products and an increase in the importance of non-food products such as cosmetics and cars.

**Theoretical and/or practical significance.** lies in the identification of key trends in consumer behavior, which can be used to predict future changes in the consumer market. The results of the study can contribute to the development of strategies aimed at supporting sustainable consumption and adapting the economy to changing conditions.

**Keywords:** economic adaptation, consumer behavior, retail sales, Russian consumer market, structural changes

**For citation:** Yusov, R (2026). Consumer adaptation to economic challenges: changes in consumer behavior in Russia. In: *Bulletin of Federal State University of Education. Series: Economics*, 1, 112–119. <https://doi.org/10.18384/2949-5024-2026-1-112-119>

**Введение**

Потребительское поведение является одним из ключевых индикаторов состояния экономики, поскольку оно непосредственно отражает реакцию и адаптацию населения к изменениям внешних условий. Структура потребления товаров и услуг тесно связана с уровнем доходов, социальной стабильностью и доступностью различных продуктов на рынке. В условиях экономических и социальных перемен наблюдаются значительные сдвиги в предпочтениях потребителей, что подчёркивает актуальность изучения этих процессов [1]. Понимание таких изменений важно для оценки не только экономической устойчивости, но и общего качества жизни населения.

В периоды значительных изменений на потребительском рынке, вызванных как внутренними, так и внешними факторами, происходят заметные сдвиги в структуре потребления [2]. Эти сдвиги являются важным индикатором того, как общество адаптируется к новым экономическим реалиям [3]. Изменения спроса на определённые категории товаров могут свидетельствовать о глубинных переменах в потребительских привычках, которые, в свою очередь, могут быть связаны с изменением доходов, доступностью товаров или воздействием внешнеэкономических факторов. Например, сокращение потребления определённых категорий товаров может указывать на снижение доходов или изменение приоритетов в расходах на-

селения, тогда как рост спроса на другие товары может свидетельствовать о новых потребительских предпочтениях [4].

В данной работе рассматриваются изменения в потреблении продовольственных и непродовольственных товаров населением России в последние годы. Особое внимание уделяется структурным изменениям в потребительских предпочтениях, которые могут отражать реакцию населения на изменившиеся экономические условия. Анализ динамики потребления и распределения расходов между различными категориями товаров позволяет выявить ключевые тенденции и оценить их влияние на общую структуру потребления в стране.

### **Теория потребительского спроса и его динамика**

Потребительское поведение представляет собой фундаментальную область исследования в экономике, т. к. оно отражает адаптацию населения к изменениям в экономической и социальной среде. Изучение потребительского спроса позволяет понять, как изменения в уровне доходов, ценовой политике, доступности товаров и услуг влияют на предпочтения потребителей и их потребительские расходы [5]. Потребление товаров и услуг служит важным индикатором уровня жизненного благосостояния, а также степени экономической устойчивости общества.

Основой теории потребительского спроса является предположение, что потребители стремятся максимизировать своё благосостояние, делая выбор товаров и услуг, которые обеспечивают наибольшее удовлетворение их потребностей при имеющихся ресурсах. Этот выбор обусловлен не только личными предпочтениями, но и внешними экономическими факторами, такими как изменение доходов, уровня цен и доступности товаров на рынке [6].

Изменения в потребительском поведении могут быть вызваны различными внутренними и внешними экономическими факторами. Внутренние факторы включают в себя изменения в доходах, которые напрямую влияют на покупательную способность населения. В условиях роста доходов потребители в силах увеличивать свои расходы на различные товары и услуги, включая те, которые ранее были недоступны или рассматривались как роскошные [7]. В то же время в условиях экономического спада или нестабильности потребители могут сокращать свои расходы, концентрируясь на товарах первой необходимости и более доступных альтернативных продуктах.

Внешние факторы, такие как изменения в уровнях цен, экономическая политика государства, инфляционные процессы и колебания валютных курсов, также играют значительную роль в формировании потребительского спроса. Например, рост цен на основные товары и услуги способен привести к изменению структуры потребления, где потребители начинают искать более дешёвые альтернативы или изменяют свои привычки потребления [8].

В последние годы наблюдаются значительные структурные изменения в потреблении, связанные как с внутренними, так и с внешними экономическими условиями. Пандемия COVID-19, экономические санкции и глобальные экономические колебания оказали заметное влияние на потребительское поведение. Эти изменения включают в себя рост спроса на определённые категории товаров, к примеру, медицинские изделия и товары для дома, и одновременное снижение спроса на другие, менее необходимые товары и услуги [9].

Технологические изменения, такие как рост интернет-торговли и цифровизация потребительского опыта, также вносят свои коррективы в структуру потребительских расходов. Потребители всё чаще делают покупки онлайн, что изменяет

традиционные модели розничной торговли и оказывает влияние на распределение расходов между различными товарными группами.

### Анализ динамики потребления продовольственных товаров

Потребление продовольственных товаров занимает центральное место в структуре расходов российских домохозяйств. В последние годы можно наблюдать значительные изменения в динамике продаж продуктов питания и напитков<sup>1</sup>, вызванные различными экономическими и социальными факторами. Одним из ключевых аспектов анализа является изменение объёма и структуры потребления продовольственных товаров (табл. 1), отражающее адаптацию населения к новым экономическим реалиям и условиям жизни.

Таблица 1 / Table 1.

**Основные структурные изменения в продаже продовольственных товаров населению Российской Федерации / Main structural changes in the sale of food products to the population of the Russian Federation**

Наименование	Доля в покупках продовольствия, %						Изменение в 2000–2024 гг., %
	2000	2010	2021	2022	2023	2024	
Мясо животных и домашней птицы	4,2	3,7	3,1	3,2	3,1	3,0	-1,2
Продукты из мяса и мяса птицы	4,5	3,9	3,8	3,9	3,7	3,6	-0,9
Консервы из мяса и мяса птицы	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	-0,1
Рыба, ракообразные и моллюски	2,6	1,9	1,9	2	1,9	1,8	-0,8
Животные масла	1,3	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7	-0,6
Растительные масла	0,8	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	-0,3
Молочные продукты	...	3,6	4,2	4,5	4,3	4,2	...
Яйца	1,1	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	-0,4
Сахар	1,5	0,9	0,7	0,9	0,8	0,7	-0,8
Кондитерские изделия	3,1	3	3,3	3,7	3,6	3,5	0,4
Мука	0,9	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	-0,6
Хлеб и хлебобулочные изделия	3,8	2,3	2,2	2,4	2,2	2,1	-1,7
Свежие овощи	1,4	1,6	1,5	1,6	1,6	1,6	0,2
Свежие фрукты	1,5	1,6	1,9	2	1,9	2	0,5
Чай	0,7	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	-0,2
Алкогольные напитки	9,7	7,6	6,3	6,5	6,4	5,3	-4,4
Табачные изделия	2,4	1,4	2,8	2,8	2,9	2,8	0,4

Источник: Российский статистический ежегодник. 2025: статистический сборник / Росстат. М., 2025. С. 426; Социально-экономическое положение России. Январь-октябрь 2025 г. / Росстат. М., 2025. С. 77.

<sup>1</sup> Российский статистический ежегодник. 2025: статистический сборник / Росстат. М., 2025. 338 с.

Основные структурные изменения в продаже продовольственных товаров населению Российской Федерации за период с 2000 по 2024 гг. демонстрируют значительное влияние различных факторов на потребительское поведение. В течение этого времени наблюдалось общее снижение доли мясных продуктов в структуре потребления. Однако при этом спрос на консервы из мяса и мяса птицы остался стабильным, что может говорить о предпочтении потребителями более длительных сроков хранения продуктов.

Кроме того, заметно сократилось потребление рыбы и морепродуктов. Доля рыбы, ракообразных и моллюсков уменьшилась с 2,6% до 1,8%, что может быть связано как с ростом цен, так и с изменением вкусовых предпочтений населения. Снижение потребления также коснулось масел и жиров. Доля животных и растительных масел уменьшилась, что, возможно, связано с изменением подхода к питанию, повышением осведомлённости о здоровье.

Интересным трендом является снижение потребления хлеба, хлебобулочных изделий и яиц. За рассматриваемый период доли уменьшились на 1,7 и 0,4% соответственно, что существенно ниже по сравнению с началом 2000-х гг., что может свидетельствовать о снижении интереса к этим продуктам или о влиянии экономических факторов на потребительские привычки.

Наконец, значительное снижение коснулось потребления алкогольных напитков, что может свидетельствовать о масштабных изменениях в образе жизни и подходах к здоровью. В то же время потребление табачных изделий остаётся относительно стабильным.

### **Анализ динамики потребления непродовольственных товаров**

В период с 2000 по 2024 гг. в России произошли значительные изменения в структуре потребления непродовольственных товаров (табл. 2), которые отражают трансформацию потребительских предпочтений и изменения в экономическом состоянии населения [9]. Анализ динамики продаж непродовольственных товаров позволяет выделить ключевые тренды и структурные сдвиги, которые стали результатом адаптации населения к новым условиям и вызовам.

Наиболее заметные изменения произошли в категории одежды. Доля мужской, женской и детской одежды в покупках существенно сократилась с 11,5% в 2000 г. до 4,5% в 2024 г. Такое резкое снижение, на 7 процентных пунктов, может свидетельствовать о переориентации потребителей на более долгосрочное использование одежды, либо на более экономичные и функциональные варианты, а также о влиянии роста рынка интернет-магазинов и изменении каналов сбыта.

Схожие тенденции наблюдаются в категории тканей. В 2000 г. их доля составляла 0,6%, но к 2021 г. она снизилась до 0,1% и продолжает сохранять тенденцию. Это указывает на значительное сокращение самостоятельного пошива одежды и, вероятно, на снижение популярности покупки тканей, что может быть связано с изменением потребительских привычек.

Среди категорий техники и электроники также наблюдаются интересные изменения. Например, доля продаж холодильников, стиральных машин и часов демонстрирует стабильное снижение их доли в потреблении, в то время как доля продаж легковых автомобилей в структуре потребления растёт с 6,2% в 2000 г. до 7,6% в 2024 г.

Не менее важными оказались изменения в категории строительных материалов, где доля продаж выросла с 1,8% в 2000 г. до 2% в 2024 г. Это может свидетельство-

Таблица 2 / Table 2.

**Основные структурные изменения в продаже непродовольственных товаров населению Российской Федерации / Main structural changes in the sale of non-food products to the population of the Russian Federation**

Наименование	Доля в покупках продовольствия, %						Изменение в 2000–2024 гг., %
	2000	2010	2021	2022	2023	2024	
Ткани	0,6	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,5
Мужская, женская и детская одежда	11,5	7,2	5,1	4,8	4,7	4,5	-7
Косметические и парфюмерные товары	1,6	1,6	2,2	2,4	2,4	2,4	0,8
Часы	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,2
Компьютеры	...	0,6	0,9	0,9	0,9	0,8	...
Мобильные телефоны	...	0,8	1,4	1,1	1,0	0,9	...
Холодильники и морозильники	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	-0,3
Стиральные машины	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	-0,2
Автомобили легковые	6,2	4,9	8,1	5,5	6,7	7,6	1,4
Мебель	1,8	1,7	1,3	1,2	1,1	1,0	-0,8
Строительные материалы	1,8	1,9	2,1	2,2	2,1	2,0	0,2
Ювелирные изделия	0,6	0,7	0,9	0,9	0,9	1,0	0,4
Лекарственные средства, ортопедические изделия, изделия, применяемые в медицинских целях	3,1	3,5	4,6	4,9	5	5,2	2,1

Источник: Российский статистический ежегодник. 2025: статистический сборник / Росстат. М., 2025.

вать о повышении интереса к ремонту и благоустройству жилья, что связано как с изменением потребностей населения, так и с развитием рынка недвижимости.

Что касается лекарственных средств и изделий, применяемых в медицинских целях, их доля в потреблении стабильно растёт, увеличившись с 3,1% в 2000 г. до 5,2% в 2024 г. Данное обстоятельство указывает на возрастание потребности в медикаментах, что может быть связано как с демографическими изменениями, так и с изменением общего состояния здоровья населения.

Анализ динамики потребления непродовольственных товаров в России за период 2000–2024 гг. выявляет комплексные изменения в структуре потребления, отражающие эволюцию потребительских предпочтений в ответ на социально-экономические и технологические изменения. Эти изменения указывают на изменение образа жизни и приоритетов потребителей, а также на адаптацию к новым экономическим и социальным условиям.

### Заключение

Анализ структурных изменений в потреблении продовольственных и непродовольственных товаров за период 2000–2024 гг. в России выявил важные тенденции, которые отражают адаптацию населения к изменяющимся экономическим и социальным условиям. Основные сдвиги в потребительском поведении указывают на изменение приоритетов и предпочтений россиян, что связано с различными факторами, такими как: изменения уровня доходов, доступность товаров, развитие технологий и внешнеэкономические условия.

В категории продовольственных товаров наблюдается устойчивая динамика в сторону снижения доли традиционных продуктов питания, таких как мясо, хлеб и сахар. Возрастающий интерес к свежим овощам и фруктам может свидетельствовать о стремлении потребителей к более здоровому питанию. Вместе с тем стабильные доли кондитерских изделий и табачной продукции говорят о сохранении определённых привычек и предпочтений, которые устойчивы к экономическим колебаниям.

В сегменте непродовольственных товаров отмечаются значительные изменения, особенно в отношении одежды, тканей и традиционных товаров длительного пользования (часы, мебель, стиральные машины, холодильники). Снижение доли этих товаров в структуре потребления может быть связано как с изменением потребительских предпочтений в сторону более функциональных и долговечных товаров, так и с переходом на более экономичные модели потребления. Растущая доля таких товаров, как косметика, легковые автомобили указывает на рост значимости показателя цена/качество и личного ухода в жизни современных потребителей.

Рост доли строительных материалов и лекарственных средств в структуре потребления подчёркивает важность вопросов комфорта и здоровья в повседневной жизни россиян. Эти изменения могут отражать как демографические сдвиги, так и общее стремление к улучшению качества жизни.

Результаты исследования показывают, что российские потребители постепенно адаптируются к новым экономическим условиям, меняя свои предпочтения и структуру потребления. Изменения в потребительском поведении отражают не только адаптацию к внешним факторам, но и эволюцию ценностей и образа жизни. Сделанные выводы подчёркивают важность дальнейшего мониторинга и анализа потребительских трендов для понимания динамики экономического развития и формирования стратегии устойчивого роста в будущем.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Смирнов С. Н. Трансформация потребления населения России: насколько значимы изменения? // Социальные новации и социальные науки. 2022. № 3 (8). С. 59–73. DOI: 10.31249/snsn/2022.03.03
2. Юсов Р. И. Анализ рынка труда и его влияние на российскую экономику в условиях кризиса // Наука на благо человечества – 2023. Материалы Международной научной конференции молодых учёных. Статьи преподавателей и аспирантов. 2023. С. 107–115.
3. Копылов Н. В. Влияние коронавируса на потребительское поведение в России // Студенческий вестник. 2024. № 18–8 (304). С. 54–55.
4. Сейфуллаева М. Э., Чеглов В. П., Панасенко С. В. Проблемы и перспективы розничной торговли в России: первые итоги влияния пандемии и что нас ждёт в обозримом будущем // Маркетинг в России и за рубежом. 2021. № 1. С. 75–84.
5. Репин С. С. Экономическая теория: закономерности потребительского поведения // Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 3. С. 172–178. DOI: 10.24182/2073-9885-2021-14-3-172-178

6. Захаренко И. К. Эволюция факторов потребительского поведения и особенности их влияния на рынок // Экономика и управление в машиностроении. 2020. № 2. С. 53–57.
7. Федоренко В. И. Управление факторами, формирующими потребительское поведение // Финансовые рынки и банки. 2022. № 1. С. 41–48.
8. Абасова Х. У. Теоретические основы изучения потребительского поведения населения // Экономика и предпринимательство. 2022. № 6 (143). С. 277–280. DOI: 10.34925/EIP.2022.143.6.051
9. Разумовский Д. Ю., Разумовская Е. А., Овсянникова Е. Ю. Изменения типов финансового и потребительского поведения населения в условиях пандемии COVID-19 // Финансовая экономика. 2021. № 5. С. 182–185.

## REFERENCES

1. Smirnov, S. N. (2022). The Transformation of Consumption of the Russian Population: How Significant Are the Changes? In: *Social Novelties and Social Sciences*, 3 (8), 59–73. DOI: 10.31249/snsn/2022.03.03 (in Russ.).
2. Yusov, R. I. (2023). Analysis of the Labor Market and Its Impact on the Russian Economy in the Context of the Crisis. In: *Science for the Benefit of Humanity - 2023. Proceedings of the International Scientific Conference of Young Scientists Articles by Teachers and Graduate Students*, 107–115 (in Russ.).
3. Science for the Benefit of Humanity - 2023. Proceedings of the International Scientific Conference
4. of Young Scientists^ Articles by Teachers and Graduate Students .
5. Kopylov, N. V. (2024). The Impact of Coronavirus on Consumer Behavior in Russia. In: *Student Bulletin*, 18–8 (304), 54–55 (in Russ.).
6. Seifullayeva, M. E., Cheglov, V. P. & Panasenko, S. V. (2021). Problems and Prospects of Retail Trade in Russia: The First Results of the Pandemic and What Awaits Us in the Foreseeable Future. In: *Journal of Marketing in Russia and Abroad*, 1, 75–84 (in Russ.).
7. Repin, S. S. (2021). Economic Theory: Patterns of Consumer Behavior. In: *Entrepreneur's Guide*, 14, 3, 172–178. DOI: 10.24182/2073-9885-2021-14-3-172-178 (in Russ.).
8. Zakharenko, I. K. (2020). Transformation of Marketing in Crisis. In: *Economics and Management in Mechanical Engineering*, 2, 53–57 (in Russ.).
9. Fedorenko, V. I. (2022). Managing Factors that Shape Consumer Behavior. In: *Financial Markets and Banks*, 1, 41–48 (in Russ.).
10. Abasova, H. U. (2022). Theoretical Foundations of the Study of Consumer Behavior of the Population. In: *Economics and Entrepreneurship*, 6 (143), 277–280. DOI: 10.34925/EIP.2022.143.6.051 (in Russ.).
11. Razumovsky, D. Yu., Razumovskaya, E. A. & Ovsyannikova, E. Yu. (2021). Changes in the Types of Financial and Consumer Behavior of the Population in the Context of the COVID-19 pandemic. In: *Financial Economics*, 5, 182–185 (in Russ.).

---

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Юсов Роман Игоревич (г. Москва) – аспирант кафедры финансово-экономического и бизнес-образования Государственного университета просвещения;  
<https://orcid.org/0009-0007-0510-8589>; e-mail: romanyusov93@gmail.com

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Roman I. Yusov (Moscow) – PhD student of the Department of Financial, Economic and Business Education, Federal State University of Education;  
<https://orcid.org/0009-0007-0510-8589>; e-mail: romanyusov93@gmail.com