

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье исследуются особенности потребления домашних хозяйств в трансформационной экономике, анализируются модели их потребительского поведения. Дается оценка домашнему хозяйству как недостаточно развитому субъекту на рынках потребительских товаров и услуг.

Реформирование экономики в России обусловило интерес к активному изучению хозяйствующих субъектов, в том числе и домашних хозяйств. Потребовался пересмотр устоявшихся научных представлений об экономическом поведении домашних хозяйств, параметры которого определяют темпы экономического роста, способствуют формированию производственного потенциала и в целом влияют на результаты проводимых экономических и социальных реформ, будучи их непосредственными участниками. Как хозяйствующий субъект домохозяйства функционируют на рынках труда, потребительских благ, финансовых рынках и в других сферах экономики. Наиболее активно в трансформационной экономике домашние хозяйства как новые субъекты проявили себя в потребительской сфере (как основная расходующая группа в национальном хозяйстве)¹.

В экономической теории, и в частности в неоклассической парадигме, домашнее хозяйство как потребитель представлено группой лиц, которые достигли между собой определенных договоренностей в целях обеспечения собственного потребления, или домохозяйствами, состоящими из одного лица и самостоятельно обеспечивающими потребление. Поведение домохозяйств на рынке потребительских товаров и услуг определяется комплексом социально-экономических, культурных, социальных, личностных и психологических факторов. Влияние этих факторов определяет динамизм, изменение форм или моделей потребительского поведения домашних хозяйств. В трансформационной системе по-новому определяются параметры поведения домохозяйства на рынках потребительских товаров и услуг.

Относительная новизна и недостаточная проработанность вопросов поведения потребителей в условиях радикальных трансформаций позволяет исследовать особенности потребления и выделить авторское видение моделей потребительского поведения домашних хозяйств в российской экономике. Признавая невозможность построения логически безупречных моделей потребительского поведения домохозяйств, в целях незначительной концентрации ошибочных включений при их описании будем ориентироваться на широкое распространение экономических факторов, прежде всего среднедушевого уровня денежных доходов, источника дохода, мотивов и характера потребления, функций потребления.

Первая модель потребления обозначена нами как модель «выживания» согласно содержанию целевой функции потребления. К данной модели можно отнести домохозяйства, представленные работниками бюджетной сферы, частично пенсионерами, инвалидами, безработными, мигрантами. Основными источниками их дохода является заработная плата и трансфертные платежи в размере среднедушевого дохода на уровне или ниже прожиточного минимума (ПМ)². Несмотря на регулярность и гарантированность доходов этой группы домохозяйств уровень их денежных доходов определяет лишь воспроизводственную функцию потребления. Другим источником дохода выступают частные трансферты – денежная и натуральная помощь со стороны других домохозяйств, обычно находящихся в родственных отношениях, а также предоставление разного рода бесплатных услуг и информации, позволяющих домохозяйству оптимизировать управление денежными ре-

¹ Фактическое конечное потребление домашних хозяйств за период 1992-2007 гг. составило в среднем 55,8% к ВВП [13].

² Так в 2007 г. прожиточный минимум в среднем на душу населения был на уровне 3847 рублей, и при этом данная группа составила примерно 13,5% населения РФ.

сурсами. Эта форма потребления, как правило, основана на неформальных контрактных соглашениях и носит добровольный характер. Именно нерыночные стратегии выживания (самообеспечение продуктами питания и сетевая неформальная взаимопомощь, экономия ресурсов), продемонстрированные в данной модели поведения, являются для домохозяйств показателем «возврата» в традиционное общество.

Следующая модель, которую можно определить как модель «действительного» потребления, формируется в рамках достигнутого уровня дохода при заданном его источнике, в качестве которого чаще всего выступает заработная плата на основной работе и частично трансферты из бюджетных и внебюджетных фондов. В силу значительного децильного разрыва заработной платы по отраслям и отставания ее от роста стоимости жизни для значительной части населения³ данная модель также характеризуется низким уровнем среднедушевого дохода на одного человека от 1 до 2 ПМ (соответственно в 2007 г. удельный вес группы составил примерно 26,5%). Здесь преобладают следующие виды потребностей: материальные (удовлетворяющие физическое существование человека), платежеспособные (принимают форму платежеспособного спроса и определяются платежеспособными возможностями потребителей), действительные (формируются в рамках достигнутого уровня производства), социальные (могут выступать в качестве духовных потребностей), универсальные (неизменные) [11]. В связи с преобладанием в данной модели жизненно необходимых потребностей мотивами потребления здесь выступают выживание и, частично, внеэкономи-

ческое принуждение; функциями потребления – воспроизводственная и, частично, стимулирующая⁴.

Гиффеновский тип потребления предопределил для первых двух моделей стимулирование потребления государством через осуществление услуг в социальной сфере на бесплатной или частично оплачиваемой (льготной) основе, то есть по ценам, не имеющим экономического значения.

К следующей модели, которую можно обозначить как модель «разумного» потребления, относятся домохозяйства со среднедушевым доходом от 2 до 5 ПМ на одного человека (в 2007 г. составили примерно 38,4% населения). Такой уровень доходов обеспечивает лишь текущее потребление и способствует частичному удовлетворению материальных и духовных потребностей, универсальных и временных (по продолжительности существования), насущных и менее настоятельных (по степени настоятельности). Он обеспечивает стандартный и фиксированный набор потребностей, источниками удовлетворения которого выступают заработная плата на основной и дополнительной работе, частично трансферты и прочие источники дохода (арендная плата; страховое возмещение). В модели наряду с гарантированными и регулярными доходами могут быть представлены доходы от собственности и самозанятости, случайные и условно гарантированные доходы, также дополнительные выплаты и натуральные поступления. Здесь преобладает «традиционалистский» тип потребительского поведения с доминированием краткосрочных целей над долгосрочными, с максимизацией полезности в условиях ограниченности платежеспособного спроса.

³ В 1999-2003 гг. заработную плату, совпадающую со средней по стране или меньшую, получали примерно 60-65% работников, а в 2004-2007 гг. – 70%, а децильный разрыв заработной платы был равен 30.5 раза (вдвое выше общего разрыва по доходам). По данным обследования, проведенного Росстатом в 2007 г., у каждого третьего работника заработная плата была в два с лишним раза меньше средней по стране. Таким образом, прослеживается тенденция к увеличению разрыва заработной платы, в сочетании с низкой ее долей в величине ВВП. Результатом сознательно проводимой ограничительной политики (отражением которой является динамика заработной платы), направленной на сдерживание роста доходов, стало появление группы бедного работающего населения. Заметим, что к данной группе относится значительная доля домохозяйств. В 1990 г. среднедушевые доходы и заработная плата позволяли выкупать 5 прожиточных минимумов (ПМ), в 2002 г. – примерно 2,2 ПМ, аналогичные показатели в 2006-2007 гг. были идентичны 3 ПМ.

⁴ Стимулирующая (или генерирующая) функция заключается в том, что удовлетворенная потребность порождает новые запросы, дающие начало новому циклу воспроизводства, повышению производительности труда. Именно динамика потребления определяет направление и цель воспроизводства. В модели «действительного» потребления удовлетворение неизменных потребностей лишь способствует возобновлению цикла воспроизводства, при этом не порождает новых потребностей.

Общим в представленных выше моделях потребительского поведения является преобладание для большей части домохозяйств мотива внеэкономического принуждения, последствиями которого выступают ухудшение экономического положения домашних хозяйств и ограничение свободы выбора субъектом способов поведения в потребительской сфере. В качестве основных форм внеэкономического принуждения выделяют неопределенность в потребительском поведении в сочетании с нестабильной социальной средой; незащищенность, обусловленную низким качеством потребительской продукции, отсутствием достоверной информации, возникновением непредвиденных затрат, упущенных выгод; низкую степень протестного потенциала домохозяйств, столкнувшихся с нарушением формальных норм и правил. Данные формы определяют нерыночные способы поведения домашних хозяйств на рынках потребительских товаров и услуг. Парадоксально то, что в условиях жесткой дифференциации доходов при низком их уровне незначительная группа домохозяйств все-таки демонстрирует при этом черты рыночного поведения в потребительской сфере. Это проявляется в соответствии уровня потребления уровню доходов, ориентации на количественный и качественный рост потребностей, в формировании потребления инвестиционного характера в элементах организованного потребления домохозяйств, которые, тем не менее, продолжают претендовать на получение социальных трансфертов и т. д.

Четвертую модель можно назвать «избирательное» потребление, так как целевой функцией потребления в этой модели выступает максимизация полезности в условиях рационального потребления⁵. Модель «избирательного» потребления отражает особенности поведения домашних хозяйств в потребительской сфере при относительно высоком уровне доходов от 5 до 20 ПМ (по оценкам отдельных экономистов в 2005-2007 гг. примерно 20% населения). В данном случае домохозяйства, приобретая наборы потреби-

тельских товаров и услуг, распределяют доход таким образом, чтобы полезность всех покупок была постоянной. При этом под доходом следует понимать не только текущий доход, но и предполагаемый, то есть будущий доход, основными видами которого являются доходы от предпринимательской деятельности; ценных бумаг; собственности и другие дополнительные выплаты, носящие периодический, условно гарантированный либо негарантированный характер. Гибкость границ между различными источниками доходов в этой модели ориентирует на количественный и качественный рост потребностей, статусный и инвестиционный характер потребления. Таким образом, этими домохозяйствами демонстрируется в основном рыночный характер потребительского поведения.

Пятая модель, названная нами «демонстрационным» потреблением, включает домохозяйства со среднедушевым доходом от 20 ПМ на одного человека (примерно 7% населения). Отметим, что по содержанию модель «демонстрационного» потребления близка к модели «избирательного» потребления. Например, по источникам дохода, их видам, функциям, мотивам и характеру потребления. В обеих моделях отражены наиболее обеспеченные домохозяйства, уже сегодня демонстрирующие рыночный характер потребления и соответственно выполняющие регулируемую и развивающую функции потребления. Регулирующая функция потребления отражает способность домохозяйств влиять на деловую активность и структуру экономики (так как по мере удовлетворения сложившихся развиваются новые потребности, что подтверждается изменением структуры производства товаров и услуг). Содержание развивающей функции состоит в том, что потребление способствует формированию индивида с высоким уровнем способностей и значительным творческим потенциалом, для которого доминирующим становится мотив самореализации [13]. В этих условиях домохозяйства сохраняют свою

⁵ Стремясь повысить полезность покупок, домашнее хозяйство как потребитель так «распределяет свой доход между разными видами расходов, чтобы удовлетворение, получаемое от каждого вида затрат, было приблизительно равным, ...современное домашнее хозяйство не допускает выражения индивидуальности и личных предпочтений. Оно требует подчинения и предпочтения во многих областях от того или иного члена семьи» [6].

экономическую значимость и берут на себя ответственность разрешения противоречия, с одной стороны, между массовым, унифицированным характером потребления и индивидуализированными запросами потребителей, с другой. На основе сценария экономического развития России, представленного А.Р. Белоусовым, можно предположить в будущем расширение моделей «избирательного» и «демонстрационного» потребления в связи с формированием новых сегментов потребительского рынка, его информатизацией, ростом доходов и совершенствованием потребительских стандартов [1].

Уникальность домашнего хозяйства в трансформационной экономике состоит в том, что даже в рамках моделей «демонстрационного» и «избирательного» потребления для определенной части домохозяйств наиболее привычным образом существования по-прежнему являются нерыночные способы потребления (склонность к патернализму, информационная асимметрия, нерыночный менталитет, давление на цены при росте доходов пр.) Именно специфическая институциональная среда российской экономики обеспечила сосуществование всех моделей потребительского поведения домашних хозяйств, сочетая рыночное поведение домохозяйств, имеющих невысокий уровень доходов, с нерыночными способами поведения домохозяйств, обладающих высокими доходами. Здесь появляются возможности для дискуссий по различным способам потребления и особенностям потребительского поведения домашних хозяйств в трансформационной экономике.

Представленные модели потребления, на наш взгляд, могут выступать в качестве одной из характеристик социального расслоения. Переход домохозяйств из одной модели потребления в другую возможен вследствие изменения уровня доходов и соответственно структуры потребления по отдельным группам товаров и услуг или изменения состава домохозяйства и соответственно видов потребностей. В частности, А.Р. Белоусовым в качестве факторов изменения модели потребления отмечены переход с текущих доходов на предполагаемые доходы при расширении

использования потребительского кредитования, повышении мобильности населения и информатизации потребления, с выходом в информационные и торговые сети [1].

Исследование потребления домохозяйств в рамках трансформационной экономики позволяет выделить следующие его особенности.

- Преобладание стратегий выживания – самообеспечения продуктами и услугами, повышения экономичности организации домашнего хозяйства, проявляющихся в поиске дешевых товаров, отказе от необязательных товаров и услуг, расширении занятости членов домохозяйства при производстве домашних работ, распространении сетевой неформальной взаимопомощи.

- Расширение группы домохозяйств с наименьшими доходами в связи с низкой эластичностью спроса на товары первой необходимости и снижением реальных доходов.

- Отложенный характер спроса в таких моделях, как модель «выживания», «действительного» и «разумного» потребления, из-за недостаточной платежеспособности домохозяйств и нерациональности его поведения, которое не предусматривает сопоставления издержек и результатов, потраченных денег и объема полезности от их траты.

- Нерациональность потребления основной массы домохозяйств обусловлена не только и не столько нерыночным менталитетом, неспособностью и неготовностью отстаивать свои права как потребителя, сколько недостатком информации, информационной асимметрией, неразвитостью институтов защиты прав потребителей и пр.

- Основными функциями потребления выступают воспроизводственная и стимулирующая, которые не способствуют максимизации его полезности.

- Высокодифференцированный характер потребления по группам домохозяйств, означающий, что основные покупки совершаются на разных потребительских рынках: статусных товаров или товаров первой необходимости.

- Среди мотивов потребления домохозяйств доминирует мотив выживания, сочетание внеэкономического и экономического при-

нуждения, стремление к обеспечению домохозяйства стандартным набором благ, доминирование краткосрочных целей в жизни; лишь для незначительной доли домохозяйств, демонстрирующих рыночный характер потребления, характерен мотив самореализации.

• Возможность увеличения объема потребления за счет роста реальных располагаемых доходов и потребительского кредитования населения⁶. По прогнозам отдельных аналитиков темпы роста потребления домашних хозяйств в условиях инерционной (пассивной) экономической политики могут снизиться в 2008 г. до 7,6% в связи с замедлением темпов роста реальных доходов, потребительского кредитования и повышения склонности к сбережению (внутренними факторами).

Таким образом, анализ потребительского поведения домохозяйств позволяет утверждать, что функция потребления, являясь глу-

боко укорененной в определенной экономической системе и в этом смысле конкретно исторической, в трансформационной экономике носит переходный характер. На рынке потребительских благ домашнее хозяйство выступает как полусубъект, основной целью которого является «экономика выживания»; решающим фактором при этом выступает бюджетное ограничение в условиях низкого уровня и крайне неравномерного распределения доходов. Домохозяйство сегодня не ориентировано на интерпретативную рациональность⁷, так как отсутствует доверие между участниками рынка потребительских благ, имеет место неспособность и неготовность отстаивать свои права потребителя; наблюдается отложенный характер потребления. В то время как именно интерпретативная рациональность является важным условием становления домашнего хозяйства как экономического субъекта рыночного типа.

Список использованной литературы:

1. Белоусов, А.Р. Долгосрочные тренды российской экономики. Сценарии экономического развития России до 2020 года. [электронный ресурс] / А.Р. Белоусов. – <http://www.forecast.ru>
2. Беляевский, И.К. Пропорции потребительского рынка: статистический и маркетинговый анализ / И.К. Беляевский, М.В. Маркова // Вопросы статистики – 2006 – №11 – С. 3-13.
3. Бузгалин, А.В., Колганов, А.И. Теория социально-экономических трансформаций. (Прошлое, настоящее и будущее экономик «реального социализма» в глобальном постиндустриальном мире). : учеб. пособие / А.В. Бузгалин, А.И. Колганов. – М. : ТЕИС, 2003. – 680 с.
4. Булганина, С.Н. Природа и структура экономических субъектов : монография. / С.Н. Булганина. – Оренбург: ОГУ, 2003. – 206 с.
5. Жеребин, В.М. Домашнее хозяйство в переходной экономике / В. Жеребин, Т. Красильников // Вопросы статистики. – 1998. – №1 – 3-12 с.
6. Землянская, В.Н. Особенности потребительского поведения семей в период реформирования экономики / В.Н. Землянская // В сб. Экономика домашних хозяйств. – М.: ИСЭПН РАН, 1997. – 284 с.
7. Красильников, О.Ю. Неинституциональная экономика. Учебн. пособие для студ. эконом. спец. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2002. – 104 с.
8. Любимцева, С. Потребительский спрос и предложение на внутреннем рынке / С. Любимцева // Экономист. – 2002. – № 5. – С.33-36.
9. Нешиной, А. Потребительский рынок в период реформ / А. Нешиной // Экономист – 2006 – №10 – С. 25-31.
10. Нуреев, Р.М. Экономические субъекты постсоветской России : в 3-х ч. / Р.М. Нуреев. – М. : Моск. общий. научный фонд, 2003. – 4.1 – 320 с.
11. Охотников, И.В. Сбережения как фактор повышения качества жизни населения России. : автореферат диссертации... канд. техн. наук / И. В. Охотников. – М. : – 2006. – 25 с.
12. Стрижкова, Е.Г. Потребление и сбережения домашних хозяйств – ключевой фактор посткризисного восстановления национальной экономики / Е.Г. Стрижкова // Вопросы статистики. 2000. №5. – С.35-40.
13. Федорова, О.И. Личное потребление как фактор экономического развития : автореферат диссертации... канд. эк. наук / О.И. Федорова. – Оренбург: 2006. – 28 с.
14. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. [электронный ресурс] / Росстат. – <http://www.gks.ru>.

⁶ Кредитные организации продолжают увеличивать объемы ссудных и депозитных операций, но, по опросам общественного мнения, кредитными услугами в 2007 г. были готовы воспользоваться 37% домохозяйств, из них высокой склонностью к займам обладают до 7%, примерно 18% используют кредитование для обеспечения плановых затрат и 13% – в критических ситуациях. По-прежнему большая часть домохозяйств пытается обходиться собственными финансовыми ресурсами, не прибегая к займам.

⁷ Интерпретативная рациональность представляется синтезом таких элементов, как целерациональность, утилитаризм, эмпатия и доверие. С одной стороны, интерпретативная рациональность включает способность домохозяйства сформировать верные ожидания относительно действий других участников рынка (правильно интерпретировать их планы и намерения), с другой стороны, к нему также предъявляются симметричные требования (облегчить понимание другими участниками рынка потребительских благ его собственных намерений и действий).