

УДК 364.122.2

DOI 10.21661/r-114952

А.С. Мельникова

МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ ДОХОДОВ

Аннотация: потребительское поведение домохозяйств определяется комплексом внутренних и внешних факторов: доходы населения, мотивы и стимулы поведения, поведенческие нормы и личностные предпочтения. На примере анализа структуры доходов и расходов домохозяйств Свердловской области в ходе исследования выделены модели потребительского поведения домохозяйств, выявлены характеристики и структура населения в зависимости от их благосостояния. Авторский подход позволяет прогнозирование потребительского рынка, исходя из социально-экономических факторов, формирующих уровень доходов населения региона.

Ключевые слова: домохозяйство, доходы и расходы населения, потребительское поведение.

A.S. Melnikova

MODELS OF CONSUMER BEHAVIOR OF HOUSEHOLDS DEPENDING ON THE INCOME LEVEL

Abstract: the consumer behavior of households is defined by a complex of internal and external factors: income of the population, motives and incentives of behavior, behavioral norms and personal preferences. As the example of structure analysis of the income and expenses of households of Sverdlovsk region during research models of consumer behavior of households are allocated, characteristics and structure of the population depending on their welfare are allocated. Author's approach allows forecasting of the consumer market, proceeding from the socio-economic factors forming the level of the population income in the region.

Keywords: *household, income and expenses of the population, consumer behavior.*

Особенности потребительского поведения домохозяйств в условиях изменения экономической устойчивости проявляются наиболее ярко. Вместе с изменением внешних условий жизнедеятельности семей, изменяется и их социальный и материальный статус. Выделение типичного потребительского поведения отдельных групп населения позволяет выделить модели потребительского поведения домохозяйств в зависимости от уровня дохода.

Традиционно под домохозяйствами понимается совокупность людей, объединенных семейно-родственными связями, проживающих совместно и ведущих общее домашнее хозяйство. Из определения понятно, что одной из основных характеристик домохозяйства является формирование общего экономического бюджета, т.е. воспроизводственные функции за счет финансово-экономических отношений [1].

Для систематизации типичных моделей поведения домохозяйств можно выделить уровни анализа факторов, влияющих на них. Выделяют следующие уровни: индивидуальный или личностный, микроуровень или уровень отдельного домохозяйства, мезоуровень или региональный и макроуровень. Отметим, что если личностный уровень и микроуровень, как правило, связан с социокультурными различиями семей, социальными нормами и стандартами, экономическими возможностями, а также с личностными и психологическими особенностями человека, то на мезо- и макроуровне на поведение домохозяйств влияют факторы внешней среды: структура доходов и расходов семей, сберегательное поведение, среднедушевые доходы, мотивация поведения и ценностные ориентиры общества. К внутренним факторам можно отнести религиозные и этнокультурные семейные ценности, сформировавшуюся модель сбережения, уровень потребностей каждого человека.

На основе этого подхода автором были выделены пять моделей поведения домохозяйств, которые представлены в таблице 1.

Характеристика моделей поведения домохозяйств в зависимости от уровня
среднедушевого дохода [3]

Модель	Величина ССД в ПМ	Источники дохода	Потребительское поведение домохозяйств	
			Мотивы	Характеристика
1. «Выживание»	ССД \leq ПМ	Основная и доп. заработная плата, социальные выплаты, натуральные доходы	Удовлетворение жизненно необходимых потребностей; воспроизводственная функция; внеэкономическое поведение	Отсутствие свободы выбора; отказ от товаров и услуг вне необходимого уровня удовлетворения потребностей
2. «Воспроизводство»	ПМ < ССД \leq 2ПМ			Отложенный спрос; отказ от необязательных товаров и услуг
3. «Рациональность»	2ПМ < ССД \leq 6ПМ	Заработная плата, социальные трансферты, доходы от собственности и самозанятости	Краткосрочные потребности; максимизация полезности в условиях ограниченных ресурсов; элементы рыночного поведения	Рационализация потребления; формирование сберегательного потребления; количественный рост потребностей
4. «Избирательность»	6 ПМ < ССД \leq 20 ПМ	Заработная плата, доходы от предпринимательской деятельности, ценных бумаг, собственности	Ориентация на текущий и будущий доход; постоянная полезность; рыночное поведение	Статусный и инвестиционный характер потребления; качественный и количественный рост потребностей
5. «Демонстрация»	>20 ПМ	Заработная плата, доходы от предпринимательской деятельности, рента	Модель демонстрации; рыночное поведение, нерациональное поведение	Формирование новых сегментов потребительского рынка на основе самореализации

Кратко охарактеризуем полученные модели. Моделей «выживания» и «воспроизводства» вынуждены придерживаться люди с доходом менее 2-х прожиточных минимумов на одного члена семьи. Часто в эту группу попадают домохозяйства из групп социального риска: многодетные семьи, пенсионеры, инвалиды, вынужденные переселенцы, молодые семьи. Основой мотивации формирования расходов здесь выступает необходимость удовлетворения базовых по-

требностей и внеэкономическое поведение. Характеризуется отсутствием свободы выбора поведения, отказ от необязательных товаров и услуг, отложенным спросом.

Модель «рациональности» (от 2 до 6 прожиточных минимумов) характеризует поведения большинства российских семей. Как правило это люди со стабильным доходом, имеющие нескольких иждивенцев, работающие по найму либо частные предприниматели. Решением своих среднесрочных и долгосрочных финансовых задач такие домохозяйства видят в системе кредитования (потребительские кредиты, ипотека). В этом случае может произойти кратковременный переход в модель более высокого потребления с последующим возвратом в базовую модель на время снижения объема потребления в период выплаты кредита. Мотивацией поведения можно назвать максимизацию удовлетворения потребностей при минимизации затрат. Эта модель характеризуется также формированием сберегательного потребления и превалированием качественного роста потребностей над количественным.

Модели «избирательного потребления» и «демонстративного потребления» имеют схожие черты и отличаются относительно большими или меньшими возможностями реализации своих желаний. Доходы этих групп часто связаны не столько с высоким доходом по найму, но и расширяются за счет предпринимательского дохода, дохода от ценных бумаг, ренты. При формировании расходов учитываются не только текущие потребности, но и будущие. Домохозяйства этих групп ориентированы на статусный, инвестиционный характер потребления, количественный и качественный рост потребностей, а последняя группа также характеризуется демонстративным потребительским поведением.

Выделенные автором модели отражают не только имущественное расслоение общества, но и социальное. Несмотря на наследие советского прошлого в обществе сложилось устойчивая зависимость социального статуса и материального благополучия.

При анализе доходов и расходов населения с целью выявления групп с различными моделями потребления были отмечены сложности при получении статистических данных. В частности, при распределении населения по группам доходов, которые привязаны к уровню доходов в прожиточных минимумах и, соответственно, к выделенным моделям потребительского поведения, можно сделать только приблизительное распределение их по 10-ти процентным группам и посчитать численные показатели. Также статистика ведется по населению в целом без выделения отдельных домохозяйств.

Таблица 2

Модели потребительского поведения населения и в зависимости от среднедушевого дохода (СДД) по Свердловской области (СО) и по РФ за 2015 г. [5]

Модель потребительского поведения	Уровень СДД в ПМ	Размер среднедушевого дохода, руб.		Доля населения, %		Соответствие 10-ти % группам по расходам, гр.
		СО	РФ	СО	РФ	
«Выживание»	ССД \leq ПМ	0–9602	0–9701	10,7	11,3	I
«Воспроизводство»	ПМ<СДД \leq 2ПМ	9603–19204	9702–19402	23,6	31,1	II–III
«Рациональность»	2ПМ<СДД \leq 6ПМ	19205–57612	19403–58206	52,1	46,4	IV–VIII
«Избирательность»	6 ПМ<СДД \leq 20ПМ	57613–192040	58207–194020	13,6	11,2	IX–X
«Демонстрация»	>20 ПМ	192041 и более	194021 и более			

В таблице 2 сделан подсчет распределения населения по моделям потребительского поведения на основе оценки их материального благосостояния, выраженного в количестве прожиточных минимумов в среднедушевом доходе по данным за 2015 г. Разделение по группам моделей «избирательности» и «демонстрации», не представилось возможным, поскольку официальная статистика ограничивается категориями максимального дохода «более 6 ПМ».

Полученные данные свидетельствуют о несколько более высоком уровне жизни населения Свердловской области 52,1% и 13,6% представителей среднего и высокого уровня достатка против 46,4% и 11,2% в среднем по РФ. Также

можно говорить о том, что, соответственно, 10,7% населения СО и 11,3% россиян живут за чертой бедности на грани физического выживания. Соответственно, 23,6% и 31,1% населения вынуждено отказывать себе в покупке товаров и услуг, не включенных в потребительскую корзину. К среднему классу, в соответствии с доходом и выбором экономического поведения можно отнести около 50% жителей России, что сравнимо с некоторыми зарубежными странами. При этом, надо учитывать, что в наших расчетах не учтены кредитные обязательства российских семей, что существенно снизит этот показатель. Сравнивая данные, полученные в 2013 г., можно отметить произошедшие в структуре населения изменения. Так, увеличилась доля населения за чертой бедности на 2,4% по СО и на 0,3% по России. Изменения коснулись и населения, которое мы можем назвать малообеспеченным, соответственно, увеличение доли которого произошло на 1,7% по СО и 5,3% по РФ. Значительно снизилась число высоко обеспеченных людей на 6,2% по СО и 2,8% по РФ. Таким образом, мы можем отметить влияние экономического развития на благосостояние населения и, как следствие, снижение их потребительской активности.

Дальнейшее исследование соответствия структуры потребления по группам, соответствующим моделям поведения позволят выявить закономерности поведения домохозяйств каждой модели. Так, предварительные расчеты показывают, что с повышением уровня жизни снижается доля расходов на питание, оплату жилищно-коммунальных услуг, услуги связи. При этом повышается уровень расхода на транспорт, услуги медицины, отдых и развлечения. Еще одним направлением исследования может стать изучение процесса перехода домохозяйств из одной категории в другую. Это процесс происходит непрерывно и оказывает существенное влияние на мотивацию и изменение поведенческих норм человека. Повышение или понижение материального и социального статуса становится толчком к освоению новых форм потребления. В этой связи важно использование как традиционного количественного инструментария, так и соци-

ального качественного. Определение векторов изменений экономического и социального поведения семей позволит дать рекомендации по сегментированию потребительских рынков товаров и услуг.

Список литературы

1. Воронов В.В. Доход как фактор потребительского поведения домохозяйств в Латвии / В.В. Воронов, В.Д. Краско // Социосфера. – 2011. – №1. – С. 86–92.

2. Иванова Н.А. Формирование домохозяйства рыночного типа в трансформационной экономике / Н.А. Иванова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – №114. – С. 25–29.

3. Мельникова А.С. Методические подходы к формированию моделей потребительского поведения домохозяйств в зависимости от уровня доходов населения региона // Труды Карельского научного центра РАН: Регион: Экономика и управление. – Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2015. – С. 58–62.

4. Россинская Г.М. Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2009. – Т. 12. – №3. – С. 22–36.

5. Росстат: Стат. сб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 15.11.2016).

Мельникова Анна Сергеевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики труда и управления персоналом ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, Екатеринбург.

Melnikova Anna Sergeevna – candidate of economic sciences, associate professor of the Department of labor economics and personnel management FSBEI of HE “Ural State University of Economics”, Russia, Yekaterinburg.
