

УДК 330.313

Е. А. Максимова-Кулиева

Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
Новочеркасск, e-mail: Elena-max-kul@yandex.ru

ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОХОДНЫХ ГРУПП ДОМОХОЗЯЙСТВ В РОССИИ

Ключевые слова: домохозяйства, воспроизводство, институциональный человек, потребительские расходы.

В статье исследовано потребительское поведение домохозяйств в России. Анализу подверглись теоретические изыскания ученых-экономистов относительно механизмов воспроизводственного процесса и значимости каждой стадии в нем. Отмечено главенство производства, что соответствует марксистской концепции. Однако маржиналистский, кейнсианский и институциональный подходы внесли нюансы в движение воспроизводства. Согласно им не только производство влияет на эффективное воспроизводство, но и другие факторы, среди которых бюджетные возможности, ограничение потребностей, снижение покупательной активности для предметов первой необходимости в пользу качественных и дорогих товаров; ожидания, ориентация на окружающих, подражание. Среди населения обозначилась идеология потребления товаров, подчеркивающих статус, успех, демонстрирующих достаток и престиж. Статистический и графический анализы потребительских расходов по децильным доходными группам населения показали дифференциацию в потреблении. Отмечена резкая разница между группами в потреблении продуктов питания и безалкогольных напитков, а также в покупке транспортных средств. Данное обстоятельство объясняется разницей в уровне доходов, недостаточными объемами отечественных производств, низкой степенью конкуренции, высокими ценами. Покупка транспортных средств среди обеспеченных слоев населения связана с их показным потреблением, влиянием социальной среды.

E. A. Maksimova-Kulieva

Novocherkassk Engineering and Land Reclamation Institute named after A.K. Kortunov
of Don State Agrarian University, e-mail: Elena-max-kul@yandex.ru

TRENDS IN CONSUMER BEHAVIOR OF INCOME GROUP OF HOUSEHOLDS IN RUSSIA

Keywords: households, reproduction, institutional man, consumer spending.

The article investigates the consumer behavior of households in Russia. The theoretical surveys of economists have been analyzed regarding the mechanisms of the reproductive process and the significance of each stage in it. The leadership of production is noted, which corresponds to the Marxist concept. However, the marginalist, Keynesian and institutional approaches made the nuances in the movement of reproduction. According to them, not only production is affected by effective reproduction, but also other factors, including budgetary opportunities, limiting needs, reducing purchasing activity for primary necessity in favor of high-quality and expensive goods; Expectations, orientation to others, imitation. Among the population, the ideology of the consumption of goods emphasizing the status, success, demonstrating prosperity and prestige, was identified. Statistical and graphic analyzes of consumer expenses for decal profitable groups of the population showed differentiation in consumption. A sharp difference between groups in the consumption of food and soft drinks, as well as in the purchase of vehicles, was noted. This circumstance is explained by the difference in income level, insufficient volumes of domestic production, low degree of competition, high prices. The purchase of vehicles among the wealthy layers of the population is associated with their ostentatious consumption, the influence of the social environment.

Введение

Потребительское поведение домохозяйств актуально не только на практике, но и вызывает большой научный интерес с позиций исследования воспроизводственного процесса. Что первично для стадий воспроизводства, и какая его сфера важ-

нее – является предметом для изучения и анализа научных школ и сообществ. Немаловажную роль для потребления выполняют такие категории как среда, настроения, мода. Но преимущественно обладают доходы населения и уже они диктуют потребление. С этих позиций остается открытым вопрос

об очередности стадий воспроизводственного процесса и месте производства в нем. Актуальной также остается проблема отечественного производства и импортозамещения с целью насыщения населения необходимыми и доступными товарами для нормальной жизнедеятельности, что снизит потребительские цены, установит здоровую конкуренцию и рыночную среду. Достаточные объемы отечественного производства запустят механизмы воспроизводственного процесса, свободного от иностранных поставок товаров, обеспечат занятость и достойную жизнь всех слоев населения.

Цель исследования показать динамику потребительского поведения домохозяйств в России.

Материал и методы исследования

Основными материалами выступили исследования ученых, опубликованные на платформе elibrary.ru, а также данные Федеральной службы государственной статистики, заимствованные на официальном сайте rosstat.gov.ru. В работе применялись научные методы индукции и дедукции, анализа и синтеза, а также были использованы статистический, графический методы исследования.

Результаты исследования и их обсуждение

Воспроизводственный обмен рассматривался всеми экономическими школами. Не отрицая вклад К. Маркса об общественном производстве и об очередности стадий воспроизводственного процесса, маржиналистская, кейнсианская, институциональная школы значительно дополнили и обогатили имеющейся арсенал экономической науки по этому вопросу. Однако не утихает полемика в научных кругах по вопросам нахождения и применения рычагов управления воспроизводственным процессом, не до конца изучены секреты потребления и предпочтения основной массы покупателей. Мнения отечественных ученых разделились по названным научным школам, и создаются новые направления по этому вопросу, что, несомненно, обогащает багаж знаний в области общественного воспроизводства.

Экономисты-классики отстаивают превосходство производства над остальными сферами. Исследователи З.Ф. Ибрагимова, Н.С. Ишмухаметов, Г.М. Россинская утверждают, что низкий уровень доходов и по-

требления основной массы населения России обуславливает сужение объема конечного спроса на товары и услуги, ограничивая развитие отечественного производства, поскольку его динамика следует за динамикой спроса [5]. Ученая М.Л. Альпидовская описывает очередность, предложенную К. Марксом, от производства совокупного общественного продукта к его потреблению. Далее приходит к выводу, что «очередность Маркса» «является законом умеренно сдержанных и низких темпов развития без высоких экономических достижений, и что экономике наивысшего развития необходим отказ от этой очередности» [1]. Как отмечает И.Д. Котляров низкая производительность труда обуславливает простоту нужд (потребностей), поскольку человек лишается ресурсов для потенциального удовлетворения своих нужд, нужды, ресурсы на обеспечение которых у него отсутствуют, становятся для него чем-то запредельным, немислимым. Напротив, усложнение нужд и их количественный рост становятся источником к стремлению к увеличению производительности труда – как в целях более полного их удовлетворения, так и для высвобождения времени на личные нужды. И, аналогично, рост производительности труда ведет к расширению и усложнению нужд (благодаря тому, что появляются ресурсы для их удовлетворения). Отсюда естественным образом следует не только закон возвышения потребностей, но и, более того, диалектически связанный с этим законом, но пока явно, насколько нам известно, не сформулированный, закон возвышения труда [9].

Интересна идея В.М. Козырева. В продолжение маржиналистской концепции, он исследует бюджетные возможности потребителей, а именно, возможности домашних хозяйств и приходит к выводу, что среднестатистический житель весьма ограничен в своих бюджетных возможностях при реализации своих потребностей и желаний [8].

Авторы Н.В. Шишкарева, И.И. Савченко, Т.С. Ухалова акцентируют внимание на формировании «инновационного человека», что, в свою очередь, обуславливает объективную необходимость изменения потребностей и содержания процесса личного потребления. Инновационный человек «...должен быть способен не только к тому, чтобы ограничить удовлетворение своих потребностей пределами необходимости, но и к тому, чтобы принести свое призва-

ние в жертву более высоким обязанностям» [15]. Ф.Б. Журавлев утверждает: «Проблема общества потребления, к которому непременно ведет развитие капитализма, приходит во все большее количество стран, в том числе в страны, для которых экономический либерализм является новинкой, включая и бывшие страны советского лагеря» [4].

Кейнсианский поход, который направлен на доказательство снижения расходов по мере роста доходов, также нашел отклик [7]. Последователи Дж. Кейнса из числа российских ученых, среди которых Т.И. Берг, С.К. Демченко, и В.С. Шаров отмечают, что в российском обществе наблюдается динамика отказа домохозяйств от приобретения товаров первой необходимости в пользу более качественных и дорогих. С другой стороны, проявляется снижение реальных располагаемых доходов населения как фактора, ограничивающего спрос на инновационные товары (услуги) и предпринимательскую активность предприятий [2]. Кроме того, снижение доходов большей части населения и неравномерное их распределение в России обусловили нарастание бедности в обществе, тогда как спрос является индикатором состояния всех экономических систем, отражает уровень и качество жизни [13]. Социальное развитие человека в обществе подразумевает принцип, который должен основываться на распределении по условиям потребления, целью производства должно стать удовлетворение возрастающих потребностей каждого человека в обществе [14].

Кейнсианский подход признает значение «психологических факторов», таких как ожидания, ориентация на «соседей» при принятии решений о потреблении и др., а также неэкономических факторов, таких как контракты, обуславливающих негибкость рыночных цен. Таким образом, теория потребителя и теория производителя развивались и усложнялись по мере развития экономической теории в целом, но дихотомия «потребитель – производитель» по-прежнему сохраняется [3].

Институциональный подход вторит концепциям, предложенным учеными философских, социальных, и психологических наук. Они рассматривают потребление человека, прежде всего, в контексте желаний. «Поток желаний, носит усиливающий характер, приводя в действие производительные силы. В общем понимании капиталистическая система представляет собой

мультифункциональную вселенную, составленную из многочисленных элементов «машин желания» [12]. Потребление носит не рациональный характер, а обусловлено подражанием. Стандарт потребления задают «не рядовые потребители..., а те элитарные группы, уровня которых потребительская масса никогда не достигнет» [6]. Статус принимает главенствующее значение в обществе потребления. Поведение человека выходит за рамки обычного рационального, а приобретает институциональный характер: нужно покупать те товары и услуги, которые подчеркивают или указывают на символ успеха, достатка.

Анализ научных изысканий позволил проявить интерес к модели институционального человека в обществе потребления или влияние социальной среды на экономическое поведение населения, его доходы и расходы.

В данном случае мы считаем целесообразность исследования не среднедушевого дохода, а дохода, приходящегося на разные социальные группы, а именно по 10-процентным (децильным) группам населения. Хотя этот вопрос уже поднимался учеными, все же он требует детальной проработки.

Рассматривая динамику расходов на конечное потребление по десятипроцентным группам населения с 2010 по 2021 гг. можно наблюдать расхождения как внутри групп, так и изменения в динамике лет (таблица) [10, 11].

Анализ данных таблицы показывает, что наибольшие расхождения между группами домохозяйств прослеживаются по двум направлениям: потреблению продуктов питания и покупкой транспортных средств. Чем беднее домохозяйство, тем больше средств уходит на продукты питания, чем богаче – тем больше тратится на покупку транспортных средств или показное потребление.

Наглядно данную ситуацию описывает рисунок 1.

Рисунок 1 настраивает на исследование причин дифференциации населения по двум основным группам – продуктам питания и покупкой транспортных средств. Остановимся на втором факторе, поскольку он представляет наибольший интерес в рамках концепции показного потребления. Убедиться в том, что данная концепция выбрана неслучайно доказывает факт динамики покупки транспортных средств за период 2010-2021 года, обозначенный на рисунке 2.

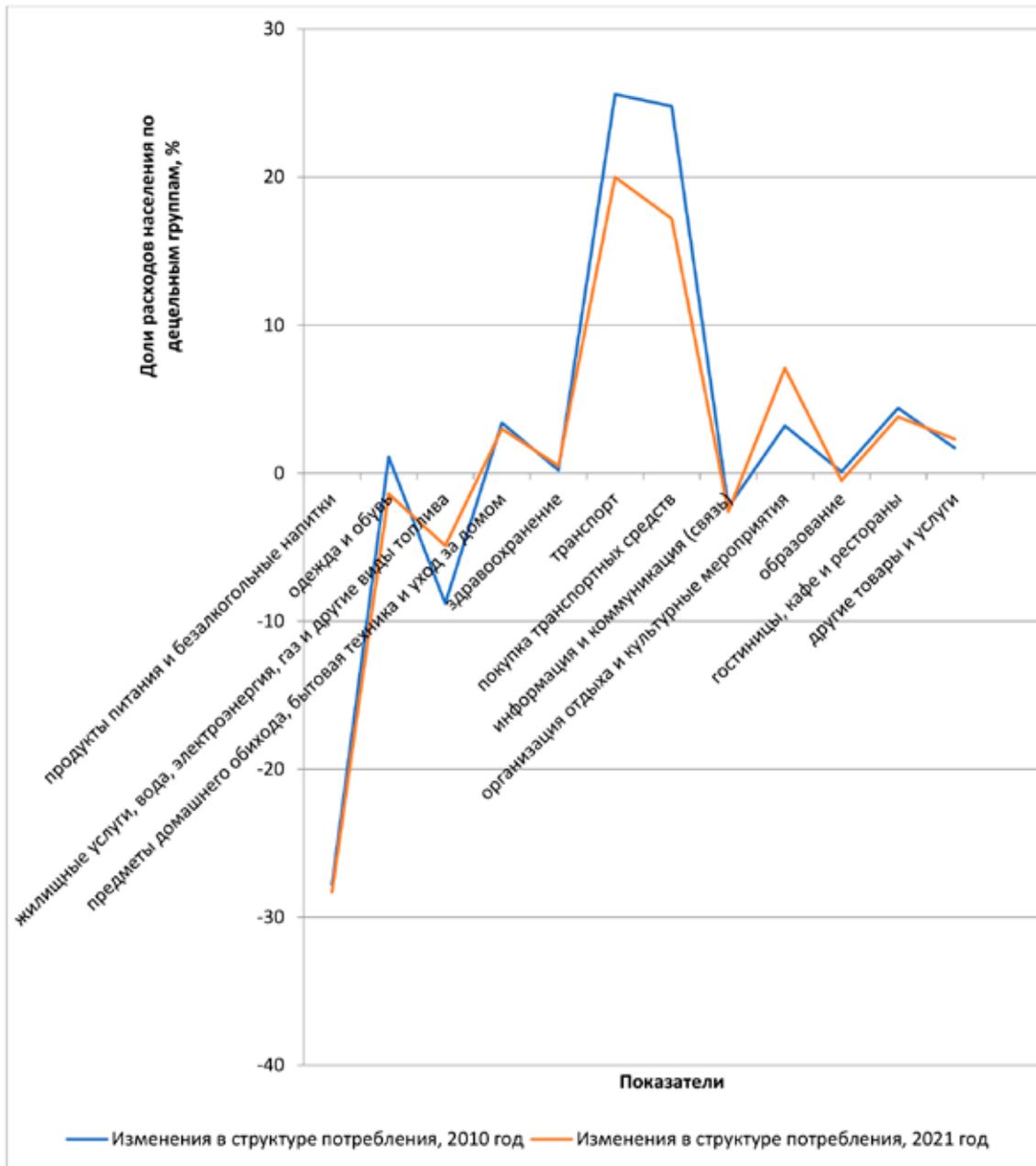


Рис. 1. Дифференциация расходов населения по децильным группам за период 2010-2021 гг.

Данные рисунка 2 показывают разницу в расходах на покупку транспортных средств по 10-процентным группам населения за анализируемый период. Очевидно, что данная разница имеет наибольший вес вместе с потреблением продуктов питания, хотя потреблять продукты питания напикаж вряд ли кто будет, а использовать транспорт, например, автомобиль, в качестве знака доходности индивида получа-

ется у многих. Это доказывает описываемая разница. Вектор движения расходов на покупку транспортных средств имеет неустойчивый характер: наибольшее расхождение наблюдалось в 2013 году (30%), наименьшее – в 2016 году (13,8%). Вместе с тем, данный факт является существенным и официально признанным, согласно данным Федеральной службы государственной статистики.

Структура потребительских расходов по 10-процентным группам населения в 2010, 2021 гг. (в процентах к итогу)

Показатели	2010 год		Изменения	2021 год		Изменения
	Доходные группы населения			Доходные группы населения		
	Первая	Десятая		Первая	Десятая	
Потребительские расходы	100	100		100	100	
в том числе на:						
продукты питания и безалкогольные напитки	46,2	18,4	-27,8	47,5	19,2	-28,3
одежду и обувь	6,1	7,2	1,1	8,3	6,9	-1,4
в том числе:						
одежду	6,1	7,2	1,1	6,1	5,4	-0,7
обувь	2,5	1,9	-0,6	2,2	1,6	-0,6
жилищные услуги, воду, электроэнергию, газ и другие виды топлива	17,4	8,6	-8,8	14,7	9,8	-4,9
предметы домашнего обихода, бытовую технику и уход за домом	3	6,4	3,4	3,2	6,2	3
здравоохранение	2,4	2,6	0,2	3,1	3,6	0,5
транспорт	5,6	31,2	25,6	6,0	26,0	20
в том числе:						0
покупка транспортных средств	0	24,8	24,8	4,4	21,6	17,2
информацию и коммуникацию (связь)	4,8	2,5	-2,3	6,1	3,5	-2,6
организацию отдыха и культурные мероприятия	3	6,2	3,2	1,9	9,0	7,1
образование	0,6	0,7	0,1	1,3	0,8	-0,5
гостиницы, кафе и рестораны	0,9	5,3	4,4	0,7	4,5	3,8
другие товары и услуги	4,9	6,6	1,7	5,8	8,1	2,3

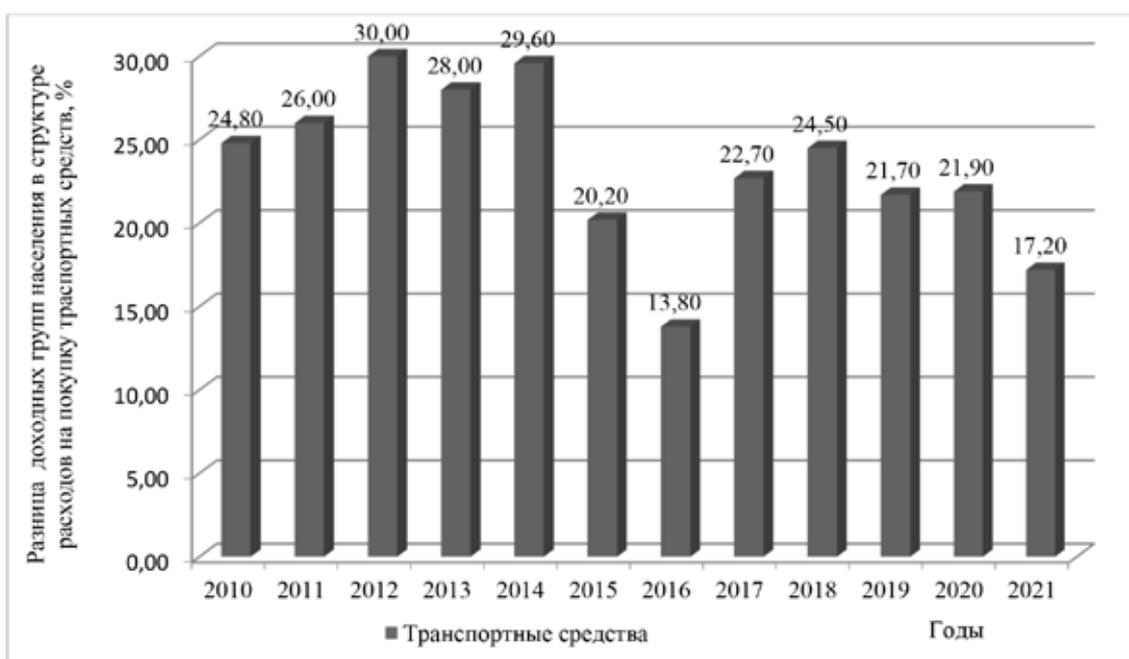


Рис. 2. Изменения в структуре потребительских расходов между первой и десятой группами населения по показателю «Покупка транспортных средств»

Выводы

Несмотря на марксистские представления о главенствующей роли производства, в российском обществе сложилась интересная тенденция потребления.

1. Сформировалась устойчивая дифференциация потребления домохозяйствами, с одной стороны по покупки продуктов питания и безалкогольных напитков, с другой стороны – по покупки транспортных средств.

2. Дифференциация потребления обусловлена разницей в уровне доходов. Однако если следовать марксистским представлениям, она объясняется низким уровнем производства, конкуренции и высокими ценами на обозначенные позиции в России.

3. Под отрицательные значения в потреблении также попадают одежда, обувь, жилищные и коммунальные услуги, информация и коммуникация, образование. Данные значения показывают различия в структуре расходов между крайними доходными группами, отличия по указанным признакам велики.

4. Наибольшие положительные значения представлены по покупке транспортных средств, что связано с показным потреблением среди высокодоходных слоев домохозяйств, влиянием социальной среды.

5. Снижение дифференциации в потреблении возможно при наращивании импортозамещения в производстве продуктов питания, внедрении сберегательных технологий, снижения цен, уменьшения зависимости иностранных поставок.

Библиографический список

1. Альпидовская М.Л. К вопросу о порядке потребления производимого совокупного продукта // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2019. № 3. С. 218-220.
2. Берг Т.И., Демченко С.К., Шаров В.С. Оценка влияния потребления на формирование и развитие экономики инновационного типа: кейнсианский подход // Экономические отношения. 2019. Т. 9, № 2. С. 1293-1306.
3. Валенчик Р., Сазанова С.Л., Ерзкян Б.А., Рязанова Г.Н. Продуктивное потребление и экономические коммуникации // Путеводитель предпринимателя. 2020. Т. 13. № 1. С. 118-129.
4. Журавлев Ф.Б. Общество потребления в социологии Бодрийяра и Веблена // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. 2018. № 10. С. 239-242.
5. Ибрагимова З.Ф., Ишмухаметов Н.С., Россинская Г.М. Социально-экономическая дифференциация потребления домохозяйств России в периоды экономического сжатия. Экономика и управление: научно-практический журнал. 2017. № 4 (138). С. 78-83.
6. Ильин А.Н. Парадоксы общества потребления // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2016. Т. 22, № 1. С. 23-43.
7. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег / [пер. с англ. Гребенников и др. М.: ЗАО «Бизнеском», 2013. 402 с.
8. Козырев В.М. Теория потребительского поведения: сущность, исходные основы и практические аспекты // Вестник РМАТ. 2015. № 1. С. 46-59.
9. Котляров И.Д. К вопросу об абстрактном и конкретном в марксистской политической экономии: двойственная природа потребления // Теоретическая экономика. 2020. № 12 (72). С. 24-33.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru/folder/13723> (дата обращения: 06.07.2023).
11. Социальное положение и уровень жизни населения России – 2011 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_44/IssWWW.exe/Stg/d01/07-10.htm (дата обращения: 06.07.2023).
12. Стоян А.А. Роль «машин желаний» в обществе массового человека // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2018. № 1. С. 56-68.
13. Суханова Т.В. Потребительский спрос домашних хозяйств как фактор формирования новой модели экономического роста // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2018. № 3 (16). С. 119-128.
14. Тарандо Е.Е., Никифорова О.А. Об экономико-социологическом подходе к анализу соотношения меры труда и потребления в социальном развитии // Наука и бизнес: пути развития. 2016. № 5 (59). С. 60-65.
15. Шишкарева Н.В., Савченко И.И., Ухалова Т.С. Основные направления в изучении вопросов личного потребления // Креативная экономика. 2017. Т. 11, № 1. С. 9-18.