

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

Факторы и закономерности потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной российской экономики

Factors and Patterns of Consumer Behaviour of Households in the Terms of Transformation of the Russian Economy

Россинская Г.М.

Rossinskaya, GM

Получено: 21.09.2016 г. Одобрено: 28.09.2016 г. Опубликовано: УДК 332.012.32 DOI: 10.12737/22303

Россинская Г.М.

доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой общей экономической теории, Башкирского государственного университета. Адрес: Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32. Телефон: 8 917 7403 71 77. Email: g-ross@mail.ru

Rossinskaya, GM

Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Chair of General Economic Theory, Bashkir State University. Address: 32 Zaki Validi Street, Ufa 450076, Republic of Bashkortostan, Russia. Telephone: 8 917 7403 71 77. Email: g-ross@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются факторы, оказывающие определяющее влияние на формирование закономерностей потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной экономики России.

Показано, что основная группа факторов в условиях первых лет постсоветской экономики была связана с особенностями экстремальных для потребителя условий экономического кризиса, сопровождающегося ломкой привычных стереотипов поведения, ценностей, норм. Если в первые годы трансформационного кризиса основными факторами потребительского поведения послужили инфляция и дефицит, то в последующие годы при сохранении влияния инфляции одним из решающих факторов становится насыщение рынка товарами, удовлетворение платёжеспособного спроса. При этом определяющим фактором и характеристикой потребительского поведения остается социально-экономическая дифференциация домохозяйств по доходам, уровню и структуре потребления.

Раскрыт механизм сформировавшегося в период рыночных преобразований в России нового, специфического «дефицита наоборот», «дефицита в условиях товарного изобилия», когда для различных социальных групп были созданы стартовые условия, ставящие их в заведомо неравное положение относительно доступности для них товаров и услуг и одновременно – консервирующие и усугубляющие с течением времени это положение.

Ключевые слова: факторы и закономерности потребительского поведения, домохозяйство, трансформационная экономика, социально-экономическая дифференциация.

Abstract. The factors that have a decisive influence on the formation of patterns of consumer Behaviour of households in transformational economy of Russia are considered.

It is shown that the main group of factors in the first years of the post-Soviet economy was connected with the extreme conditions of consumption during the economic crisis, accompanied by breaking the usual stereotypes of behaviour, values, norms. If in the first years of the transformational crisis, the main factors of consumer behaviour were the inflation and the deficit, in subsequent years while maintaining the effects of inflation, the saturation of the market with goods, satisfaction of effective

demand become a critical factor. In this case the key characteristics and consumer behaviour remains the socioeconomic differentiation of households by income level and consumption structure.

The author reveals mechanism formed in the period of market transformations in Russia of a new, specific "on the contrary deficit", "deficit in terms of commodity abundance" when starting conditions were created for different social groups, putting them in obviously unequal position in relation to availability of goods and services and at the same time preserving and aggravating this situation.

Keywords: factors and patterns of consumer behaviour, a household, transformational economy, socioeconomic differentiation.

Исследование закономерностей потребительского поведения населения в условиях трансформационной российской экономики позволяет выделить ряд факторов, оказывающих определяющее влияние на формирование этих закономерностей.

Основная группа факторов в условиях первых лет постсоветской экономики (первая половина 90-х годов XX века) была связана с особенностями экстремальных для потребителя условий экономического кризиса, сопровождающегося ломкой привычных стереотипов поведения, ценностей, норм. Составляющими этого кризиса явились процессы инфляции и безработицы, падения реальных доходов, поляризации населения по уровню доходов, нарастания бедности в российском обществе. В начальный период реформ ситуация характеризовалась также «остаточным» дефицитом многих товаров. Кризисное состояние экономики в целом и потребительского рынка в частности внесло существенные коррективы в сложившиеся ранее модели потребительского поведения населения.

Если в первые годы трансформационного кризиса основными факторами потребительского поведения послужили инфляция и дефицит, то в последующие годы при сохранении влияния инфляции одним из решающих факторов становится насыщение рынка товарами, удовлетворение платежеспособного спроса. Рыночные преобразования в экономике России привели к быстрому наполнению прилавков потребительскими товарами, к тому, что товарный дефицит был в кратчайшие сроки преодолен. С середины 90-х годов эта проблема ушла в прошлое.

«Инфляционный навес», сформировавшийся в экономике предреформенной России, в процессе либерализации цен фактически был ликвидирован путем экспроприации сбережений и падения реальных доходов основной массы населения. Практически одновременно в процессе приватизации и глобального передела собственности были созданы и запущены механизмы, обеспечивающие постоянное перераспределение доходов в масштабе народного хозяйства в пользу собственников и высших менеджеров, чьи заработки тоже фактически являются формой участия в доходах от собственности.

При этом зарплата быстро утратила как стимулирующую, так и воспроизводственную роль, о чем свидетельствует стремительное снижение ее доли в доходах населения. Значительная доля частных фирм при определении зарплаты работников ориентируется на заниженный уровень зарплаты в государственном секторе. Вследствие этого место такого фактора как труд в системе доходов, получаемых собственниками различных факторов производства (труд, капитал, природные ресурсы, предпринимательская способность), становится не адекватным реальной роли, которую он играет в общественном воспроизводстве. Полноценное воспроизводство этого фактора и в целом воспроизводство человеческого потенциала (его физической, интеллектуальной, социальной составляющих) нарушается.

Кроме того, произошла существенная дифференциация самой зарплаты работников по регионам, форме собственности предприятий, на которых они заняты, по отраслям экономики. Так, по данным Росстата, среднемесячная начисленная зарплата работников, занятых в сфере добычи полезных ископаемых, в 2015г. составила 172% от средней зарплаты по экономике в целом, зарплата работников финансовой сферы – 168%, тогда как по здравоохранению, образованию, сельскому хозяйству – соответственно 76%, 71%, 59%.

Упомянутому перераспределению доходов способствует также сложившаяся система налогообложения, в частности, механизм налогообложения доходов физических лиц. Установление в 2001г. ставки подоходного налога с физических лиц на уровне 13% независимо от

уровня дохода не способствовало решению проблемы «вывода доходов из тени» и не способствовало существенному росту собираемости налогов. Зато эта мера ухудшила положение налогоплательщиков с наименьшими доходами, которые до принятия Налогового кодекса платили налог на уровне 12%. В максимальном выигрыше оказались россияне, имеющие наибольшие доходы. Таким образом, тяжесть налоговой нагрузки перенесена на наименее обеспеченную часть населения, что сокращает их и без того ограниченное потребление.

В результате в период рыночных преобразований в России сформировался новый, специфический механизм «дефицита наоборот», «дефицита в условиях товарного изобилия», когда для различных социальных групп были созданы стартовые условия, ставящие их в заведомо неравное положение относительно доступности для них товаров и услуг и одновременно – консервирующие и усугубляющие с течением времени это положение. Таким образом, данная ситуация становится хронической, самовоспроизводящейся. На фоне расширения товарного предложения покупательные возможности большинства населения снижаются. Товарный дефицит сменился, условно говоря, «денежным дефицитом». При этом «денежный дефицит», как и предшествовавший ему товарный, оказался «социально-избирательным», весьма неоднородно проявляющимся в разрезе различных социальных групп и совершенно неодинаково решающим для них проблему увеличения потребления.

Под влиянием указанных факторов у различных социальных групп населения по-разному меняется строй потребностей, детерминирующий потребительское поведение и определяемый, прежде всего, уровнем реальных доходов. Если у состоятельных групп населения формируются новые потребности и возможности их удовлетворения, то у малоимущих и бедных, наряду с определенной трансформацией структуры потребностей, вызванной появлением возможностей выбора, происходит вынужденный выход на первый план наиболее насущных потребностей в продуктах питания. Такова избирательная специфика действия закона возвышения потребностей в условиях российской трансформации.

Практический уход государства в этот период из сферы социального регулирования, отсутствие внятной государственной социальной политики, в особенности политики защиты социально уязвимых слоев населения, политики занятости, политики доходов и т.д. обусловил еще большую остроту «дефицита наоборот» и, в свою очередь, явился одним из важнейших макрофакторов, формировавших закономерности потребительского поведения.

Отсутствие с самого начала трансформационного периода четкой государственной стратегии преобразований, которая бы предусматривала приоритет человека при принятии экономических решений, обусловило непросчитанность социальных последствий этих решений. Отсутствие внимания со стороны государства к «человеческому фактору» явилось для общества отчетливым сигналом, формирующим в конце концов общественную мораль: прав тот, кто силен, слабость слабых – их личная проблема. Формами реализации и естественными следствиями подобной установки являются высокая смертность населения, низкая рождаемость, ослабление физического здоровья, а также существование пенсионеров на грани выживания, дефицит лекарств для самых тяжелых больных и другие проявления «внеморальной» экономики. По индексу социального развития ООН Россия занимает 65-е место. Этот индекс учитывает реальные доходы, образование, продолжительность жизни. По ожидаемой продолжительности жизни у нас 90-е место. Причем по продолжительности жизни мужчин — 120-е. По качеству здравоохранения — ближе к 100-му месту. По жилищным условиям — 80-е [Аганбегян, 2016, 2].

Российская экономика в условиях трансформации остается крайне монополизированной, что обуславливает деформацию таких признаков рынка как суверенитет потребителя и свобода выбора, отсутствие в продаже относительно дешевых качественных товаров. Монополия производителя позволяет ему безнаказанно навязывать потребителю определенные решения, особенно – в условиях недостаточной защищенности потребителя в правовом отношении, когда не развиты институт права и институты гражданского общества, призванные стоять на страже интересов потребителя.

Важными факторами уникальности потребительского поведения в трансформационной экономике России являются факторы институционального, в частности – культурного характера.

Здесь существенным фактором выступают особенности национального мышления. Так, например, культура традиционно тесных межпоколенческих и дружеских связей, характерных для российского населения, обусловила значительную активизацию в условиях кризиса реципрокных отношений сетевого обмена дарами (деньгами, продуктами, услугами). На факторы культурного характера значительное влияние оказали также те социальные процессы, которые протекают в обществе в условиях перехода к рынку: ломка традиционных ценностей, формирование новых стандартов мышления и т.д. В частности, в трансформационной российской экономике значительное влияние на формирование стереотипов и установок потребительского поведения оказало форсированное внедрение в общественное сознание новой системы ценностей на фоне полного отрицания привычной, пропаганда потребительства без этических ограничений.

Шоковый переход от привычного в советские годы тотального дефицита к эффекту изобилия, возможности удовлетворения любых потребностей не могли не оказать весьма сложного социально-психологического воздействия на общество. У одних он вызвал чувство эйфории от возможности приобрести все что угодно, у других – разочарования по причине недоступности цен. Однако общим для всех групп населения явилось стремление к росту потребления даже в условиях падения реальных доходов. «Эффект осознания обретенных возможностей выбора» привел даже к определенному смещению приоритетов, изменению строя потребностей, когда ухудшение питания могло сопровождаться ростом потребления непродовольственных товаров, появившихся в продаже.

Среди факторов, формирующих качество жизни населения, ликвидация товарного дефицита, безусловно, сыграла весомую положительную роль, хотя чисто количественно это влияние и трудно оценить. Население России впервые после шестидесяти-семидесятилетнего перерыва вернулось к простейшей свободе потребительского выбора. На протяжении предшествующих десятилетий дефицит определял структуру потребления и многие иные стороны жизни россиян. Это – неоспоримое достижение реформ.

Но это – лишь одна сторона дела. Само по себе благотворное влияние отсутствия дефицита товаров, наполненности прилавков на качество жизни населения не вызывает сомнений. Однако издержки этого процесса оказались очень высоки: произошло резкое падение реального потребления населения, пострадала его структура.

В связи с этим представляется весьма спорной точка зрения, согласно которой «преодоление дефицита, укрепление подлинно рыночных начал в торговле и обслуживании, даже при количественном уменьшении общих масштабов потребления, есть несомненное благо» [Гордон, Клопов, 2001, 3, с.383-384]. При этом необходимо учесть «социальную структуру» процесса снижения уровня потребления. Для основной массы населения значительная часть потребительских товаров вообще стала недоступна, свобода выбора была создана для относительно небольшой части населения, которая была в состоянии воспользоваться этой свободой.

В изменившихся общеэкономических условиях происходила серьезная деформация сложившихся стереотипов потребительского поведения населения. Особенности адаптации потребительского поведения населения непосредственно отражаются в характеристиках конечного потребления, прежде всего – в изменении объемов и структуры расходов на основные товары и услуги в годы реформ в сопоставлении с предкризисными годами. По мере снижения денежного дохода наблюдается уменьшение объемов потребления населением важнейших и наиболее калорийных продуктов питания и негативное изменение его структуры в пользу углеводной модели потребления. Это является одним из проявлений сложившегося в трансформационных условиях России для значительной части населения «дефицита наоборот»: из-за низкого платежеспособного спроса этих социальных групп большая часть товаров и услуг (как в ассортиментном разрезе, так и в отношении качества) являются для них хронически недоступными.

Необходимо отметить, что низкодоходные группы населения беднеют быстрее остальных групп по той причине, что цены на жизненно важные потребительские товары практически на всем протяжении пореформенного периода росли темпами, опережающими общий индекс роста

потребительских цен. Поэтому в абсолютном выражении расходы на эти товары выросли в гораздо большей степени, чем расходы на другие товары и услуги. Ведь инфляцию не зря называют «налогом на бедных»: именно эта категория населения подавляющую часть своих доходов направляет на текущее потребление, то есть на покупку дорожающих опережающими темпами товаров и услуг, в то время как другие группы населения в состоянии отчасти «спасти» свои доходы от инфляции или хотя бы частично компенсировать инфляционные потери, направляя значительную часть доходов на сбережения, покупку недвижимости и т.п.

Таким образом, денежные доходы бедных в силу особенностей структуры их расходов теряют свое реальное содержание быстрее и в большей степени, чем денежные доходы более обеспеченных групп населения. «Дефицит наоборот» усугубляется.

Потребительское поведение малоимущих и высокодоходных групп населения существенно различается по всем статьям расходов. В 1990-е годы происходит постепенная выработка стандартов потребления, характерных для каждой доходной группы. Формируются группы населения с совершенно разными моделями поведения и системами ценностей. Дифференциация доходов выступила важнейшим фактором формирования двух полярных образов жизни: образа жизни богатой верхушки и малоимущих слоев населения (эта проблема глубоко и подробно исследована в отечественной литературе [Римашевская, 2002, 13; Римашевская, 2005, 14; Римашевская, 2006, 15 и др.]. Постепенно усиливалось имущественное расслоение общества, происходила адаптация потребителей к новым условиям своего существования. Значительная их часть вынуждена была спускаться по ступеням «пирамиды потребностей» к более насущным, элементарным, «витальным» потребностям, в силу падения реальных доходов отказываясь от удовлетворения потребностей более высокого порядка (такова специфика действия закона возвышения потребностей в социальном разрезе).

Этот процесс продолжался в 2000-е годы, на фоне, казалось бы, благоприятной картины роста уровня жизни населения «в целом и в среднем». Однако проблема в том, что это – один из «мифов социальной политики», по выражению А.Ю.Шевякова [Шевяков, 2010, 17, с.48]. Среднестатистические показатели доходов населения России на протяжении более чем десяти лет действительно формировали вполне благополучную картину. При этом социальная поляризация ввиду форсированного роста самых высоких доходов не только не уменьшалась, но продолжала нарастать, социально-экономические диспропорции усугублялись. После 2012 года, когда в России начал разворачиваться экономический кризис, проблема значительно обострилась: в частности, снова наблюдается рост официально фиксируемой доли бедных (возросла за этот период с 10,7 до 13,3%). В сторону реальной бедности дрейфуют многочисленные слои населения, вплотную примыкавшие к бедным, официально к этой категории не относимые в силу специфики российской методики выделения бедных.

Как отмечает Н.В.Зубаревич, наметились и продолжают формироваться (теперь уже – не в условиях трансформационного кризиса 90-х, а в современных условиях) стратегии выживания, режим понижательной адаптации, что неминуемо приводит к постепенной социальной деградации, в том числе – и к деградации потребительских моделей. Адаптируясь к ситуации, люди опережающими темпами сжимают потребление по сравнению с падением доходов [Зубаревич, 2016, 5]. Это тем более обидно, что, по оценкам исследователей, Россия в последние годы вышла на преобладающую модель потребления, более высокую, чем стандарт выживания [Овчарова, Пишняк, Попова, Шепелева, 2013, 10, с.27].

Определяющим фактором поведения российских потребителей остается уровень их дохода. Поэтому закономерности потребительского поведения в условиях трансформационной экономики в целом соответствуют моделям поведения, выведенным Э.Энгелем в основном на базе статистических данных по семьям наемных работников – так называемым законам Энгеля, устанавливающим зависимость между ростом дохода, с одной стороны, и снижением доли, направляемой на питание, сравнительно малой вариацией доли дохода, расходуемой на одежду, жилище и коммунальные услуги, и увеличением удельного веса расходов на удовлетворение прочих потребностей, с другой стороны.

В то же время потребительское поведение населения России в условиях трансформации экономики не укладывается целиком в рамки стандартных теорий потребления и характеризуется определенными особенностями. Одной из таких особенностей является, как показывают наши расчеты, весьма высокая предельная склонность населения России к потреблению, которая была характерна для россиян в период роста их реальных доходов. Данный факт, очевидно, объясняется как историческими особенностями экономического развития, обусловившими исходный крайне низкий уровень потребления в условиях тотального дефицита и стремление «наверстать» упущенное в потреблении, так и – на этапе кризиса – ненадежностью и высокими инфляционными рисками альтернативных направлений использования денежных средств (в любой форме сбережений), инфляционными ожиданиями населения. Кроме того, это свидетельствует о невысоком уровне реальных доходов значительной части населения, заставляющем людей направлять прирост дохода в основном на потребительские расходы и не позволяющем делать сбережения.

Говоря об адаптации потребительского поведения к новым экономическим условиям и снижению уровня жизни в период трансформационного кризиса, исследователи отмечали глубокие изменения в экономическом поведении домохозяйств, вызванные тем, что функция выживания и адаптации к изменившимся социально-экономическим условиям выходит на первый план [Жеребин, Красильникова, 1998,4; Красильникова, 1992, 8]. К таким глубоким трансформациям относится прежде всего стремление потребителей в условиях инфляции и падения реальных доходов к самообеспечению важнейшими благами. Это находило выражение в росте значимости для населения эксплуатации личных подсобных хозяйств, а также в расширении спектра домашних работ. Одним из отрицательных последствий этой тенденции явилось значительное сокращение свободного времени семей, используемого на воспитание детей, отдых, чтение, развлечения, встречи с друзьями и т.д. Это однозначно свидетельствовало о том, что попытки поддержания необходимого уровня потребления многими семьями осуществлялись за счет заметного ухудшения других аспектов качества жизни. При этом происходит постепенная деградация целых сфер потребления, имеющих отношение к удовлетворению как простейших (физиологических – питание, здоровье и т.п.), так и потребностей более высокого уровня (общение, самореализация и т.п.). Нарушается воспроизводство человеческого потенциала – его физической, интеллектуальной, социальной составляющих. Потребительское поведение малоимущих россиян по большей части определяется их низким материальным достатком, диктующим им единый стандарт потребления ввиду недоступности других. Для них характерна высокая доля расходов на продукты питания, причем только самые необходимые из них, и обязательные услуги. Можно с большой долей уверенности предположить, что эти характеристики в ближайшие годы вновь во все большей степени будут воспроизводиться в потребительском поведении значительной части населения.

Потребительское поведение в условиях трансформационной экономики сочетает в себе черты, свойственные поведению потребителя в условиях административно-командной и развитой рыночной экономики. От прежней системы потребитель наследует «уравнительные» оценочные и поведенческие стереотипы и установки, проявляющиеся на первых порах в потребительском поведении. Кроме того, потребитель в условиях современной отечественной экономики остается в значительной степени бесправным, высока степень его незащищенности, в частности, от оппортунистического (недобросовестного, неправового) поведения как производителя, так и различных институтов.

Если сравнивать потребительское поведение в условиях трансформационной экономики и в условиях развитой рыночной экономики, то становится очевидным: определенная свобода выбора у отечественного потребителя есть. Однако для значительной доли населения она остается потенциальной свободой. Реализовать эту свободу выбора в полной мере имеет возможность лишь потребитель с определенным уровнем достатка.

Другая же важнейшая черта, присущая потребителю в условиях рыночной экономики, находится пока в зачаточном состоянии: о суверенитете потребителя пока говорить рано. Бесправие потребителя во многом обусловлено не только институционально (он, в частности,

недостаточно защищен в правовом отношении), но и экономически: в условиях крайне монополизированной экономики. В условиях безнаказанности неправовых действий продавца, когда покупатель не может быть уверен ни в качестве продуктов питания, поставляемых в детские летние лагеря, ни в том, что в аптеке продаются не поддельные, а качественные лекарства, ни в том, что реклама данного товара добросовестна и не содержит обмана, трудно говорить об «экономике потребителя». Монополизм российской экономики является важнейшим фактором, ограничивающим свободу потребителя.

Всесильное чиновничество в большинстве случаев персонифицирует интересы скорее монополиста-производителя, нежели потребителя. Последнему зачастую навязываются схемы поведения, весьма далекие от его интересов он помимо своей воли оказывается втянут в различные политические или чиновничьи «игры», когда, например, в одночасье пустеют прилавки винных магазинов или из продажи вдруг исчезают привычные виды импортной продукции. Незащищенность, зависимый характер положения потребителя, неадекватные нормальной рыночной экономике, обусловлены в значительной степени неразвитостью института права и институтов гражданского общества, способных и призванных защищать интересы потребителя.

В условиях трансформационной экономики потребительское поведение россиян отличается определенной иррациональностью (иногда – кажущейся либо навязанной иррациональными обстоятельствами). Схемы потребительского поведения оказались довольно устойчивыми, несмотря на изменение внешних условий, и потребовалось немало времени для того, чтобы определились новые стандарты потребления. Однако при этом российским потребителям, особенно в первые годы реформ, было в высшей степени свойственно формирование нефункционального (или не вполне функционального) спроса, иногда даже в ущерб первоочередным потребностям, что было, в частности, обусловлено «эффектом осознания возможностей выбора», снятием проблемы тотального товарного дефицита.

Для современной России характерна пестрота моделей потребительского поведения. С одной стороны, для наименее обеспеченных и наиболее консервативных представителей населения характерно отношение к потреблению (зачастую – вынужденное, определяемое низким уровнем доходов) исключительно как к удовлетворению природных потребностей человека. С другой стороны, для групп населения с высокими доходами, а также молодежи практически всех доходных групп потребление становится формой представления себя другим и общения. Эта тенденция все более доминирует, «овеществляя» удовлетворение нематериальных в своей основе потребностей: в общении, признании и т.п. Для молодежи из малоимущих групп данная тенденция чревата формированием ориентации на добывание доходов любыми способами, включая криминальные.

Нельзя не отметить и следующее важное обстоятельство. На особенностях потребительского поведения в значительной мере отразилась неадаптированность реформ к специфике ментальности населения нашей страны.

Произошедший в России цивилизационный кризис, связанный со сломом советской цивилизационной модели и сложностями формирования нового общества, повлек за собой разрушение привычной системы ценностей, задающей ориентиры развития личности. В процессе перехода к рыночной экономике в России фактически произошел переход к рыночному обществу, в котором все без исключения человеческие отношения коммерциализируются, что обуславливает формирование культуры взаимного недоверия; искажаются истинные ценности человеческой жизни. Как пишет академик Д.Львов, «шоковая пересадка в душу людей новых ценностей не могла не вызвать их бурного отторжения» [Львов, 2006, 9]. Нельзя не согласиться с мнением академика Л.Абалкина, согласно которому «опыт реформирования показал неэффективность шаблонных, стандартизированных решений, не учитывающих принадлежность страны к тому или иному типу цивилизационного развития, особенности духовного склада населения, традиционной системы ценностей» [Абалкин, 1993, 1, с.4]. При этом происходит интериоризация «рыночных ценностей», но не происходит интериоризации ограничений, норм: напротив, в обществе культивируется потребительство вне всяких норм.

Упомянутая «шоковая пересадка» ценностей дает свои плоды. Наиболее сильно процесс разрушения системы ценностей затронул подрастающее поколение. Ценностный хаос, зачастую царящий в головах молодых, во многом объясняет столь типичные сегодня жестокость, агрессивность, отсутствие трудовой морали. Государство при этом отличается отсутствием четко выраженных собственных ценностей. На первый план выходят «новые ценности», которые в сочетании с рудиментами старых образуют взрывоопасный «коктейль». Современная российская действительность изобилует красноречивыми примерами потребительского поведения, модель которого сформирована, прежде всего, не экономическими факторами, а соответствующими институтами, точнее – их отсутствием: атрофией институтов морали, нравственности, и как следствие – полным одичанием индивида.

Таким образом, в процессе движения от одного этапа трансформации к другому факторы потребительского поведения разных уровней воздействуют на него по-разному. На первых порах такие макрофакторы как дефицит, инфляция выступают определяющими по отношению к таким формам реализации потребительского поведения как ажиотажный спрос (на макроуровне), формирование новой структуры потребительских расходов семьи (на микроуровне), формирование негативных потребительских настроений (на уровне индивида). Постепенно становятся все более определяющими потребительское поведение такие мезофакторы как региональная экономическая политика, во многих случаях смягчающая негативные тенденции макроуровня, структура региональной экономики и т.п. Адаптация семей выступает микрофактором, все более воздействующим на потребительское поведение. Позитивные потребительские оценки и ожидания, являясь отражением объективных экономических процессов, одновременно являются фактором уровня индивида, формирующим спрос и процессы потребления и т.д.

В условиях трансформационной экономики реализуются общие закономерности, касающиеся формирования потребительского поведения: каждая форма реализации потребительского поведения находится под воздействием целой системы факторов различного уровня, в том числе – и институциональных.

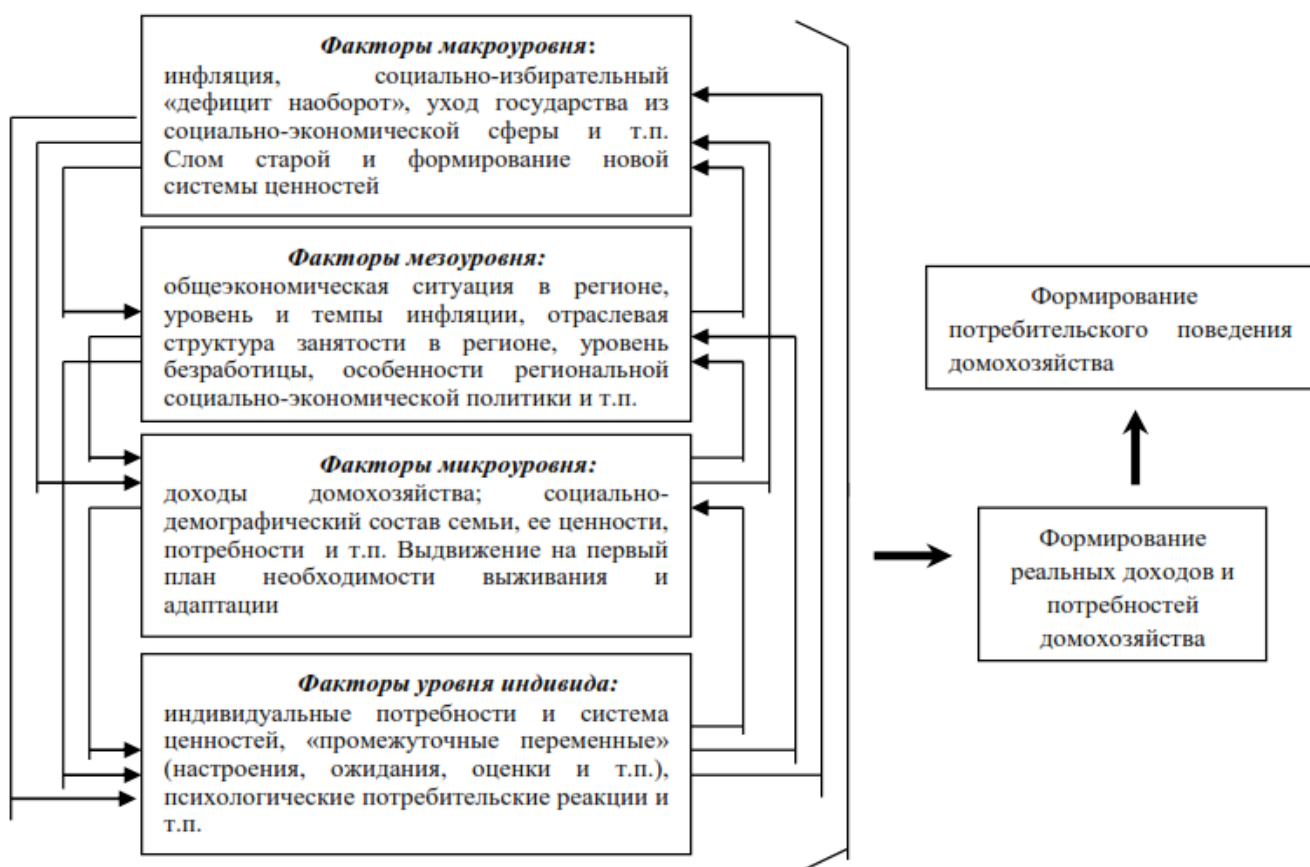


Рис.1 Комплекс факторов, формирующих потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформационной российской экономики

Соответственно, динамика потребительского поведения во всем разнообразии форм его реализации зависит от динамики факторов разного уровня, от их соотношения в тот или иной период. Так, например, потребительский спрос в регионе (форма реализации потребительского поведения на мезоуровне) зависит как от факторов регионального уровня (например, региональной социальной политики, структуры занятости и т.п.), так и от факторов макроуровня (например, государственная политика доходов), и от факторов микроуровня (соотношения числа семей с разным уровнем располагаемого дохода), и от факторов уровня индивида (настроений и оценок потребителей). Весь этот комплекс факторов, действующих одновременно на разных уровнях и взаимодействующих, оказывает определяющее влияние на потребительское поведение домохозяйства (рис.1), выступающего базовым субъектом потребительского поведения.

Наиболее существенной закономерностью поведения потребителя в условиях трансформационной российской экономики является то, что при благоприятной «в целом», «в среднем» тенденции постепенного роста объективных и субъективных индикаторов уровня жизни и потребительского поведения имеет место выраженная дифференциация в потреблении, выступающая конечной формой проявления социально-экономической дифференциации в обществе. При этом практически все разноуровневые факторы потребительского поведения действуют в одном направлении, а именно: становятся факторами дифференциации этого поведения.

Литература

1. Абалкин Л.И. Против односторонности, за целостное видение социально-экономических процессов // Вопросы экономики. 1993. №8.
2. Аганбегян А.Г.: Суть экономики – в условиях жизни людей. – <http://adi19.ru/2015/06/08/abel-aganbegyan-sut-ekonomiki-v-usloviyah-zhizni-lyudej>
3. Гордон Л.А., Клопов Э.В. Потери и обретения в России девяностых. Т.2. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 512 с.
4. Жеребин В., Красильникова Т. Домашние хозяйства в переходной экономике // Вопросы статистики. 1998. №1. С.3-12.
5. Зубаревич Н.В. Кризис в России: региональная проекция – <https://openrussia.org>
6. Капустин Е. Уровень, качество и образ жизни населения России. М.: Наука. 2006. – 324 с.
7. Красильникова М. Доходы и потребление в условиях экономического роста // Вестник общественного мнения, 2005. №1. С.34-40.
8. Красильникова М. Потребительское поведение населения в кризисных ситуациях // Вопросы экономики. 1992. №1. С.74-82.
9. Львов Д.С. Экономика и жизненный мир человека // Российская газета, 19 мая 2006г.
10. Овчарова Л.Н., Пишняк А.И., Попова Д.О., Шепелева Е.В. Изменения в доходах и потреблении российских домашних хозяйств: от бедности к среднему классу // SPERO, 2013. №18. С.7-36.
11. Переходная экономика: теоретические аспекты, российские проблемы, мировой опыт. – М.: Экономика. 2004. – 719 с.
12. Путь в XXI век: стратегические проблемы и перспективы российской экономики. – М.: Экономика. 1999. – 793 с.
13. Римашевская Н. Экономическая стратификация населения России // Общество и экономика. 2002. №12. С.6-14.
14. Римашевская Н.М. О социальном реформировании России // Проблемы теории и практики управления. 2005. №5. С.20-26.
15. Римашевская Н.М. За чертой социальных проектов // Российская Федерация сегодня. 2006. №9. С.40-41.

16. Россинская Г.М. Домохозяйство в системе субъектов потребительского поведения. – СПб.: Недра, 2007. – 192 с.
17. Шевяков А.Ю. Мифы и реалии социальной политики – Вестник Института социологии, №1, 2010, с.48-92.
18. <http://www.gks.ru>

References

1. Abalkin L. I. Against unilateralism, for a holistic vision of the socio-economic processes // Problems of Economics. 1993. No. 8.
2. Aganbegyan A. G.: the Essence of economy in the conditions of people's lives. – <http://adi19.ru/2015/06/08/abel-aganbegyan-sut-ekonomiki-v-usloviyah-zhizni-lyudej>
3. Gordon L. A., Klopov E. V. Gains and Losses in Russia in the nineties. Vol. 2. – М.: Editorial URSS, 2001. – 512 p.
4. Zherebin V., Krasilnikova T. households in a transition economy // Issues of Statistics. 1998. No. 1. P. 3-12.
5. Zubarevich N. In. The crisis in Russia: regional perspective – <https://openrussia.org>
6. Kapustin E. the Level, quality and way of life of the population of Russia. Moscow: Nauka. 2006. – 324 p.
7. Krasilnikova M. Income and consumption in the context of economic growth // Bulletin of Public Opinion, 2005. No. 1. P. 34-40.
8. Krasilnikova M. Consumer behavior of the population in crisis situations // Problems of Economics. 1992. No. 1. P. 74-82.
9. Lvov D. S. Economics and the world of human life // The Russian newspaper, May 19, 2006.
10. Ovcharova L. N., Pishniak A. I., Popova D. O., Shepeleva E. V. Changes in income and consumption of Russian households: from poverty to the middle class // SPERO, 2013. No. 18. P. 7-36.
11. Transition economy: Theoretical aspects of Russian problems, global experience. – М.: Economics. 2004. – 719 p.
12. The way to XXI century: strategic problems and perspectives of the Russian economy. – М.: Economics. 1999. – 793 p.
13. Rimashevskaya N. Economic stratification of the population of Russia // Society and Economy. 2002. No. 12. P. 6-14.
14. Rimashevskaya N. M. On social reform in Russia // Problems of Theory and Management Practice. 2005. No. 5. P. 20-26.
15. Rimashevskaya N. M. Outside of social projects // Russian Federation Today. 2006. No. 9. P. 40-41.
16. Rossinsky G. M. home improvement in the system of subjects of consumer behavior. – СПб.: Nedra, 2007. – 192 p.
17. Sheviakov, A. Yu., Myths and realities of social policy // Journal of the Institute of Sociology, No. 1, 2010. P. 48-92.
18. <http://www.gks.ru>