

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <http://www.agequal.ru>

2017, № 1 http://www.agequal.ru/pdf/2017/AGE_QUALITY_1_2017.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Нанакина Ю.С. Трансформация потребительской деятельности домашних хозяйств под влиянием экономических законов // Электронный научный журнал «Век качества». 2017. №1. С. 49-64. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2017/117004.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 330.113

**Трансформация потребительской деятельности домашних хозяйств
под влиянием экономических законов**

Нанакина Ю.С.

*кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
ЗФ ГАОУ ВО ЛО «Ленинградский государственный университет
имени А.С. Пушкина»
Красноярский край, г. Норильск, ул. Комсомольская, д.39, кв.29
artamon3@yandex.ru*

Аннотация. Потребительская деятельность выражает объективно сформированные социально-экономические отношения в области потребления, определяемые конкретно-историческими условиями (характерные для данной стадии развития общества потребности, механизмы и стандарты потребления). Она обусловлена объективными экономическими законами. Данная деятельность может быть спрогнозирована и спланирована. В целом эта характеристика потребительской деятельности отражает основные аспекты осуществления данного вида деятельности с точки зрения политэкономического подхода и является объектом традиционной экономической науки. В контексте политэкономического анализа важным представляется выявление места потребительской деятельности в системе отношений общественного воспроизводства и соответствующих экономических интересов, влияния экономических законов на потребительскую деятельность. Для углубления понимания сущности потребительской деятельности как экономической категории подверженной влиянию экономических законов целесообразно проведение различия между понятиями «потребление», «потребительская деятельность», «потребительское поведение». Дополнительными категориями, усиливающими понимание сущности потребительской деятельности в работе, являются «потребительская квалификация» и «потребительская культура», что найдет свое отражение в данной статье.

Ключевые слова: потребительская деятельность, экономические законы, потребительская квалификация, потребительская культура, потребительское поведение, трудовая деятельность, потребности.

Известно, что человеческие потребности подчиняются действию закона возвышения потребностей, в соответствии с которым по мере удовлетворения одних потребностей складываются новые потребности более высокого порядка. Посредством процесса удовлетворения и возвышения потребностей происходит развитие человеческой личности. Также существует определенная очередность удовлетворения потребностей, в соответствии с которой в первую очередь удовлетворяются жизненно необходимые материальные потребности (потребности первого порядка), а затем остальные потребности (потребности второго порядка). Иерархическую структуру потребностей иллюстрирует известная «пирамида Маслоу». Следует заметить, что ученые также признают более сложный выбор между различными иерархиями, возможность иного соотношения первичных и вторичных потребностей. В основе альтернативных моделей лежит, в частности, теория социального действия М. Вебера, актуализирующая наряду с рациональным действием индивидов также роль ценностей, устойчивых привычек и традиций, а также эмоций. Заставить человека потреблять меньше, не прибегая к насилию, можно единственно путем развития человеческих качеств, переориентации людей на иные (чем материальные) жизненные ценности. Среди законов, отражающих осуществление потребительской деятельности рассматривают такие как, закон показательного потребления (Т.Веблен); закон подкрепления (Л. Торндайка); различные законы оптимальности, под которыми понимают стремление достичь наилучшего с позиции определенного критерия или совокупности критериев результата в рамках действующих условий и ресурсных ограничений (закон В. Парето, Йеркса-Додсона и др.) [1, с.42].

Действие данных законов, по нашему мнению, преимущественно определяет целевую функцию потребительской деятельности. Целевая функция

потребительской деятельности исследуется и с точки зрения уровня и структуры потребления по доходным группам населения, «которая отражает уровень сложившихся в определенный момент времени общественных потребностей» (Вальтух К.К., Рутгайзер В.М.) [2, с.112].

Потребительская деятельность подчиняется действию закона насыщения потребностей, в соответствии с которым потребление каждой следующей единицы определенного блага приносит меньшую полезность, а также закона потребительского оптимума (законы Госсена). Закон потребительского оптимума раскрывает технологию потребительского выбора в условиях бюджетного ограничения. В соответствии с данным законом потребитель распределяет свой денежный доход так, чтобы последняя денежная единица, затраченная на каждый товар, давала одну и ту же предельную полезность (в точке оптимума потребителя отношение предельных полезностей равно отношению цен потребляемых товаров).

Важной признается зависимость потребительской деятельности от цен товаров, фиксируемая законом спроса. Данный закон гласит, что с повышением цен товаров количество покупок снижается и, наоборот (при прочих неизменных факторах).

Кроме того, существует ряд зависимостей потребительской деятельности от дохода. Так, согласно закону Энгеля, по мере роста дохода происходит изменение структуры потребительской деятельности, сокращается доля расходов на питание, существенно увеличивается доля расходов на удовлетворение культурных и нематериальных потребностей (на образование, досуг, лечение и т.п.), не изменяется доля расходов на одежду и жилище. Также, чем беднее семья, тем большая доля расходов тратится на жилище (закон Швабе). Чем выше доход, тем выше уровень сбережений и их доля в расходах (закон Райта). Зафиксирована зависимость между ростом доходов и ростом потребления услуг [3, с.59].

Фиксируется также зависимость между приростом доходов у всего населения и увеличением вложений в обеспечение индивидуального отличия от окружающих, т.е. «индивидуального стиля потребления» [4, с.513-517].

Также фиксируется функциональная связь между бюджетом времени и потреблением. Закономерным представляется процесс сокращения издержек потребления (и в особенности той их части, которая характеризуется затратами времени на самообслуживание в быту), замещения домашнего труда покупками соответствующих товаров и услуг, или иначе говоря, замещения в потреблении времени на товары, времязатратных товаров на времязберегающие товары. Стремление экономить на времени потребления, использовать его более рационально связывают с возрастанием относительной стоимости времени (альтернативной стоимости потребления) по мере роста доходов и «цены труда». В качестве материальной основы этого процесса выступают рост технической оснащенности домашних хозяйств товарами длительного пользования, облегчающими домашний труд, развитие сферы бытового обслуживания населения. Закон экономии времени, рационализация использования свободного времени активно исследовались и исследуются в экономической литературе, в том числе отечественной (С.Г. Струмилин, В.Д. Патрушев и др.).

Расширение представлений о ресурсах потребительской деятельности в настоящее время, на наш взгляд, предполагает использование понятия «потребительская квалификация» (знания, умения, навыки, связанные с потреблением) и «потребительская культура» (рассмотрение данных категорий было ранее). Ресурсы, связанные с созданием и использованием знаний, в современных условиях приобретают особую роль. Потребительская квалификация является необходимым элементом социальной квалификации как особого человеческого ресурса и представляет целенаправленно сформированную в процессе потребительского образования целостную систему знаний и умений, позволяющих применять правильные (научные) образцы в сфере организации процесса потребления [5, с.14].

В качестве особого объекта воздействия на потребительскую деятельность выступает культура потребления. Радикальные изменения стиля жизни в связи с трансформационными процессами в российском обществе, повышение роли потребления и требований к его качеству, обуславливает рост значимости потребительской социализации, рост требований к знаниям и умениям в сфере потребления, к уровню «потребительской культуры» и потребительских компетенций». Повышается значимость домашних хозяйств как носителей культуры потребления в разрешении группы противоречий, связанных с потреблением.

«Потребительская культура» является частью общей и экономической культуры и определяется как «совокупность исторически сложившегося уровня потребностей человека, умение и возможность разумно удовлетворять эти потребности, степень развития законодательства и институтов защиты прав потребителя». Потребительская культура выступает в двух аспектах – в личностном (как характеристики сознания потребителя) и институциональном (как сложившиеся ценности и нормы национальной экономики в отношении потребления, закрепленные в религии, политике, праве, идеологии, нравственности, семье, науке и образовании) [3,с.86].

Важным представляется выделение отдельных составных элементов потребительской культуры. По объектам потребления выделяют, в частности, такие элементы культуры потребления, как культура питания, культура использования времени и др. Составным элементом потребительской культуры является «покупательская культура».

С понятием «потребительская культура» тесно связаны понятия «рациональное потребление» и «разумное потребление», характеризующие форму проявления культуры потребления.

Итак, обобщая ресурсный базис в рамках потребительской квалификации можно выделить такие ее составляющие как потребительское образование и потребительская культура.

Потребительское поведение - это один из аспектов потребительской деятельности, разновидность экономического поведения. Оно характеризуется как осознанная форма деятельности, как результат последовательных, подчиненных определенной логике актов выбора, взаимосвязанных последовательных действий, как совокупность поступков и действий, отражающих внутреннее отношение к условиям и содержанию деятельности. Ученые установили экономическую значимость социальных (связанных с принадлежностью человека к определенной социальной общности) и психологических закономерностей потребления (связанных с особенностями информационных процессов восприятия, переработки, усвоения, воспроизведения информации, а также с психологическими типами личности потребителей). Социальный статус, рефлекс, инстинкты, традиции, изучаемые в рамках экономической психологии, экономической социологии, маркетинга, одновременно рассматриваются как институты в рамках институциональной экономики.

Потребительское поведение предполагает:

1. В значительной мере субъективно определенные совокупность действий и образ мышления в процессе осуществления потребления. Иначе говоря, оно в значительной мере субъективно детерминировано, зависит от личности потребителя (его восприятия, эмоций, мотивов, ценностей, стиля жизни).

2. Относительно слабую зависимость от экономических законов.

3. Большую значимость объективной детерминации институционального характера (зависимость от традиций, привычек, норм поведения).

4. Механизм осуществления поведения в значительной мере определяется субъектом самостоятельно и менее предсказуем. Потребительское поведение предполагает определенную технологию («технология потребительского поведения»), т.е. правила (алгоритм) решения конкретных задач субъектом потребления, предполагает субъективно определенные совокупность действий и образ мышления в процессе осуществления потребления [3, с.112].

Системообразующим элементом в сфере потребления выступает, как уже отмечалось, потребительская деятельность. Необходимым представляется исследование потребительской деятельности как разновидности экономической (неэкономической) деятельности, так как ей присущи следующие характерные признаки:

- это целесообразная деятельность, направленная на удовлетворение материальных и духовных потребностей людей (не всегда связана с целью, например случайные покупки);

-эта деятельность протекает, прежде всего, и главным образом как процесс, предполагающий расходование физических и интеллектуальных сил человека (немотивированные покупки без физических и интеллектуальных затрат, усилий);

-потребительская деятельность имеет дело с ограниченными ресурсами – трудовыми, природными, материальными, информационными (возможность частичного или без ресурсного потребления);

-потребительская деятельность органически связана с мотивациями, обеспечиваемыми как за счет давления внешней среды (необходимость работать, чтобы иметь средства к жизни и дальнейшему потреблению), так и за счет богатства стимулов к трудовой и хозяйственной деятельности (отсутствие мотивов);

-данная деятельность в силу внутренней логики и реализуемых целей характеризуется эффективностью, наиболее развитой формой которой является возмещение затрат за счет результатов и обеспечение приращения эффекта (пользы) (осуществление потребительской деятельности не всегда связано с пользой, имеются ввиду отрицательные эффекты от потребления, например, курение);

- данная деятельность носит, как правило, альтернативный характер: используемые ресурсы ограничены, человеческие потребности безграничны, возникает объективная необходимость выбора в каждом конкретном случае

наилучшего варианта (субъективизм потребительских процессов определяет наличие поведенческих факторов индивида);

- деятельность подчиненная определенным законам, принципам, нормам (возможность бессознательной составляющей в потребительских процессах);

- данная деятельность – не однократный, а непрерывно повторяющийся акт, она немыслима без воспроизводственного аспекта (некоторые потребительские процесс могут носить одноразовый и бессистемный характер);

-она осуществляется в рамках взаимодействия таких хозяйственных единиц, образующих экономический кругооборот ресурсов и товаров, как коммерческие и некоммерческие предприятия и организации, домашние хозяйства, государство (потребительские процессы, осуществляемые внутри домашнего хозяйства, например, домашний труд);

-потребительская деятельность реализуется через систему социально-экономических отношений, при этом люди выступают как носители производственно-потребительских отношений, принимая те или иные социально-экономические статусы, роли (потребитель не всегда вступает в социально-экономические отношения при осуществлении потребительских процессов);

- это деятельность центральным субъектом, которой является домашнее хозяйство или индивид (непосредственно осуществляющие потребительскую деятельность);

- потребительская деятельность выполняет ряд функций: познавательная (обучение), созидательная, экономическая, социализации (как неэкономическая потребительская деятельность может и не выполнять данные функции).

Потребительская деятельность проходит несколько этапов (предпокупочная стадия, покупательская стадия, стадия потребления, потребительское удовлетворение) [6].

С политэкономической точки зрения потребительская деятельность направлена на удовлетворение потребностей домашних хозяйств в рамках воспроизводственного процесса.

Причинно-следственная связь в данном случае обусловлена следующей цепочкой категорий: «производство-потребность-интерес-цель».

Таким образом, конечной целью трудовой деятельности является стремление удовлетворить потребность в определенных благах и услугах. Структура и объем объектов потребительской деятельности опосредованы процессами распределения, процессами реализации товарно-денежного обмена, а значит, стимулирование трудовой деятельности охватывает все фазы воспроизводственного процесса. Прямая связь при этом определяет обусловленность потребительской деятельности результатами участия людей в производстве. Обратная связь, отражаясь в воспроизводимых потребностях и экономических интересах людей, определяет смысл их трудовой деятельности. Отсюда следует, что как интересы, так и стимулы трудовой деятельности, рождаясь в рамках воспроизводственного процесса, прежде всего, характеризуются состоянием и уровнем развития сферы потребления. Заключительным звеном реализации потребительской деятельности является цель, в основе которой лежат потребности и интересы, то есть цель есть осознанный интерес.

Цель потребительской деятельности, характеризуется следующими признаками [7, с.52]:

- объективность целеполагания потребительской деятельности;
- связь цели с экономическими законами, обуславливающими потребительскую деятельность.

Формирование цели предполагает:

- уяснение характера действия законов, определяющих поведение людей в сфере потребления;

- уяснение механизма действия данных законов как системы, то есть выявление объективно существующей траектории развития потребительской деятельности под влиянием взаимодействия этих законов.

Траектория в процессе целеполагающей деятельности в области потребления интерпретируется как место целей, направляющих поведение домашних хозяйств. Это ставит потребителя в определенную зависимость от общественного производства, от законов, регулирующих его деятельность в сфере производства и потребления, в зависимость от общественного интереса и цели развития производства [8, с.49-51].

«Новый подход к теории потребления» применил К. Ланкастер. Он актуализировал проблему «технологии потребления» как ряд возможных видов деятельности, сопутствующих потреблению. Он исходит из того, что полезность заключают не сами товары и услуги, а их «характеристики», приносящие удовлетворение, представляет потребление как процесс извлечения этих полезных характеристик. По мнению ученого, эффективность потребления зависит не только от наличия информации о технологии потребления, но и требует навыков управления в сфере потребления, «общественного потребительского образования».

Поэтому к уточнению понятия «объект потребления» (в отличие от понятия «ресурс потребления») следует отметить, что, по мнению ученых (Г. Беккер, К. Ланкастер), потребляются не товары и услуги, приобретаемые на рынке (goods), а извлекаемые из них полезные эффекты как конечные продукты деятельности в домашнем секторе и источник полезности (людей интересует не пылесос, а убранная комната, не обучение хорошим манерам, а воспитанный ребенок).

Домашние хозяйства находятся в тесном взаимодействии со всеми уровнями экономической системы [9,10]. На уровне домашнего хозяйства как организации в качестве субъектов потребительской деятельности выступают отдельные члены семьи (домохозяйства). На микроэкономическом уровне (в

традиционной схеме экономического кругооборота) в качестве субъектов потребительской деятельности рассматриваются домашние хозяйства (безотносительно к их составу и структуре). На макроэкономическом уровне потребительская деятельность рассматривается на уровне доходно-расходных групп населения. Домашние хозяйства представлены как субъекты совокупной потребительской деятельности.

Важное методологическое значение для описания реальных процессов в сфере потребления имеет классификация субъектов потребительской деятельности по ряду оснований.

По способу удовлетворения потребностей потребительская деятельность может быть разделена на индивидуальную и коллективную. В качестве особой экономической формы следует рассматривать семейную потребительскую деятельность.

По источнику потребительская деятельность может быть платной (определяется использованием доходов конкретных лиц или домохозяйств) и бесплатной (обеспечивается государством).

В зависимости от вида потребляемых благ потребительская деятельность предполагает использование продуктов, имеющих вещную форму, и услуг, реализуемого посредством отношений между людьми.

Таким образом, в настоящее время представляется целесообразным расширение представлений о потребительской деятельности по нескольким линиям (направлениям).

Во-первых, расширение представлений осуществляется по линии потребности – ресурсы – результат.

Во-вторых, расширенный подход к рассмотрению потребительской деятельности предполагает также различие «потребительской деятельности» и «покупательской деятельности». В данном случае в качестве критериев выступают сфера протекания процессов и результат деятельности. Покупательская деятельность реализуется в сфере обмена. Ее результатом

являются приобретенные товары и услуги общественного производства. Данной стадии предшествует стадия предпокупочных процессов (осознание потребности, поиск и обработка информации, предпокупочная оценка вариантов).

Расширение представлений о потребительской деятельности, в-третьих, связано с необходимостью рассмотрения и сопоставления в настоящее время таких ее форм, как: 1/ потребительская деятельность на эмпирической основе и 2/ потребительская деятельность на научной основе. Потребительская деятельность на научной основе подразумевает наличие у человека определенного уровня потребительской культуры и сформированной «потребительской квалификации».

В-четвертых, в условиях усложнения потребительской деятельности, необходимости ее научного обоснования исследования процессов в сфере потребления должны носить междисциплинарный комплексный характер (сочетание политэкономического и институционального подходов). В этой связи представляется целесообразным рассмотрение подходов к исследованию потребительской деятельности в рамках ряда экономических и неэкономических дисциплин. Данный подход позволит подойти к анализу и процессам рационализации потребительской деятельности более объективно, с учетом экономических факторов политэкономического и институционального характера и неэкономических факторов (физиология, психология, социология), что даст полную картину осуществления и возможность планирования и рационализации потребительской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА.

1. Райзберг Б.А. Психология в экономике и управлении. – М. Московский психолого-социальный институт. 2005. 364с.
2. Вальтух К.К. Целевая функция потребления: анализ и практическое использование. Новосибирск. 1980. 248 с.

3. Специфика потребительской деятельности домашних хозяйств в особых территориальных условиях (на примере малых городов Крайнего Севера) [текст]: монография/Ю.С. Нанакина. – Барнаул: «Си-пресс», 2015. 129 с.
4. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. М. 2003. С. 513-517.
5. Новиков В.А., Артамонова Ю.С. О роли образования в рационализации потребительской деятельности домашних хозяйств // Экономика образования. - 2009. №2. С.13-17
6. Артамонова Ю.С. Развитие потребительской деятельности домохозяйств: основные подходы в экономической науке// Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова (специальный выпуск). - 2005. № 3. С.49
7. Рыкова Р.В., Нанакина Ю.С. Потребительская функция домашних хозяйств в общественном воспроизводстве: обзор точек зрения // Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования: материалы Междунар. науч.- практ. конф. (13 ноября 2015 г.): в 3 ч. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь. 2015. Ч. 1. С.50-56
8. Артамонова Ю.С. Теоретико-экономическая модель потребительской деятельности домохозяйств: многофакторный подход// Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова (специальный выпуск). - 2006. №3. С.49-51
9. Максимович В.П., Кулиничева К.С. Социальное неравенство населения: доходы и расходы // Территория науки. 2016. № 3. С. 182-188.
10. Яценко О.В. Домашние хозяйства и их взаимосвязь с региональной экономической системой // Синергия. 2015. № 2. С. 21-26.

**Transformation of consumer activity of households under the influence of
economic laws**

Nanakina Yu. S.

*Candidate of Economic Sciences, associate professor of management
ZF GAOU VO LO "Leningrad state
university name A.S. Pushkina"
Krasnoyarsk Krai, Norilsk, Komsomolskaya St., 39/29
artamon3@yandex.ru*

Abstract. Consumer activity expresses objectively created social and economic relations in the field of consumption determined by concrete historical conditions (development of society of requirement, characteristic of this stage, mechanisms and standards of consumption). It is caused by objective economic laws. This activity can be predicted and planned. In general this characteristic of consumer activity reflects the main aspects of implementation of this kind of activity from the point of view of political economic approach and is an object of traditional economic science. In the context of the political economic analysis identification of the place of consumer activity in system of the relations of public reproduction and the corresponding economic interests, influences of economic laws on consumer activity is represented important. For better understanding of essence of consumer activity as economic category subject to influence of economic laws carrying out distinction between the concepts "consumption", "consumer activity", "consumer behaviour" is expedient. The additional categories strengthening understanding of essence of consumer activity in work are "consumer qualification" and "consumer culture" that will find the reflection in this article.

Keywords: consumer activity, economic laws, consumer qualification, consumer culture, consumer behavior, work, requirements.

REFERENCES.

1. Rayzberg B.A. Psikhologiya v ekonomike i upravlenii [Psychology in economy and management]. M. Moskovskiy psikhologo-sotsial'nyy institut. 2005. 364s.
2. Val'tukh K.K. Tselevaya funktsiya potrebleniya: analiz i prakticheskoe ispol'zovanie [Criterion function of consumption: analysis and practical use]. Novosibirsk. 1980. 248 s.
3. Spetsifika potrebitel'skoy deyatel'nosti domashnikh khozyaystv v osobykh territorial'nykh usloviyakh (na primere malykh gorodov Kraynego Severa) [Specifics of consumer activity of households in special territorial conditions (on the example of the small cities of Far North)] [tekst]: monografiya/Yu.S. Nanakina. – Barnaul: «Si-press», 2015. 129 s.

4. Bekker G. Chelovecheskoe povedenie: ekonomicheskii podkhod. Izbrannyye trudy po ekonomicheskoy teorii [Human behavior: economic approach. The chosen works according to the economic theory]. M. 2003. S. 513-517.
5. Novikov V.A., Artamonova Yu.S. O roli obrazovaniya v ratsionalizatsii potrebitel'skoy deyatel'nosti domashnikh khozyaystv [About an education role in rationalization of consumer activity of households] // Ekonomika obrazovaniya [Education Economy]. - 2009. №2. S.13-17
6. Artamonova Yu.S. Razvitiye potrebitel'skoy deyatel'nosti domokhozyaystv: osnovnye podkhody v ekonomicheskoy nauke [Development of consumer activity of households: the main approaches in economic science] // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova (spetsial'nyy vypusk). - 2005. № 3. S.49
7. Rykova R.V., Nanakina Yu.S. Potrebitel'skaya funktsiya domashnikh khozyaystv v obshchestvennom vosproizvodstve: obzor toчек zreniya [Consumer function of households in public reproduction: the review of the points of view] // Prognozirovaniye innovatsionnogo razvitiya natsional'noy ekonomiki v ramkakh ratsional'nogo prirodopol'zovaniya [Forecasting of innovative development of national economy within rational environmental management]: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (13 noyabrya 2015 g.): v 3 ch. / Perm. gos. nats. issled. un-t. Perm'. 2015. Ch. 1. S.50-56
8. Artamonova Yu.S. Teoretiko-ekonomicheskaya model' potrebitel'skoy deyatel'nosti domokhozyaystv: mnogofaktornyy podkhod [Teoretiko-ekonomicheskyy model of consumer activity of households: multiple-factor approach] // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova (spetsial'nyy vypusk). 2006. №3. S.49-51
9. Maksimovich V.P., Kulinicheva K.S. Sotsial'noe neravenstvo naseleniya: dokhody i raskhody [Social inequality of the population: income and expenses] // Territoriya nauki [Territory of science]. 2016. № 3. S. 182-188.

10. Yashchenko O.V. Domashnie khozyaystva i ikh vzaimosvyaz' s regional'noy ekonomicheskoy sistemoy [Households and their interrelation with regional economic system// Sinergiya [Synergy]. 2015. № 2. S. 21-26.