

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

2021, №2 http://www.agequal.ru/pdf/2021/AGE_QUALITY_2_2021.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Нанакина Ю.С., Рябова О.Н. Новые модели потребительского и сберегательного поведения как индикаторы благосостояния домохозяйств и факторы экономического роста страны // Электронный научный журнал «Век качества». 2021. №2. С. 135-144. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/221010.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.1

Новые модели потребительского и сберегательного поведения как индикаторы благосостояния домохозяйств и факторы экономического роста страны

Нанакина Ю.С.,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры технологии, экономики и сервиса

*ФГБОУ ВО Шуйского филиала «Ивановского государственного
университета»*

Ивановская область, г. Шуя, ул. Кооперативная, д.24

Рябова О.Н.,

кандидат педагогических наук,

доцент кафедры технологии, экономики и сервиса

*ФГБОУ ВО Шуйского филиала «Ивановского государственного
университета»*

Ивановская область, г. Шуя, ул. Кооперативная, д.24

[*artamon3@yandex.ru*](mailto:artamon3@yandex.ru)

Вопрос о накопительном и сберегательном поведении домохозяйств становится достаточно актуальным, так как меняются тенденции развития банковской системы, внедряются элементы частного инвестиционного поведения, формируется недоверие к разного рода кредитным организациям. В данной статье будет проанализировано потребительское поведение домашних хозяйств в накопительной и сберегательной стратегии относительно жизненного цикла.

Ключевые слова: сберегательная активность, модель потребительского поведения, трансформация потребительского поведения, кредитное поведение, общество потребления, индекс потребительской уверенности, механизм делевериджа.

Принято считать, что домохозяйства до 30 лет и домохозяйства пенсионеров после 60 лет имеют более высокий уровень сберегательной активности и, как следствие, больший объем накоплений; семьи возраста 30-50 лет, которые находятся на стадии жизненной и трудовой активности, имеют более низкие показатели. Этот факт говорит о непредсказуемости и индивидуализации потребительской деятельности в России. С этим соглашаются ряд зарубежных и российских ученых. Стимлен С., Жеребин В.М., Болдышева Н.О., Ермакова Н.А. объясняют этот факт недоверием россиян к банковской системе, отсутствием стимулирующих инструментов в сфере сбережений и др. [2, 8]. Среди факторов-тенденций можно назвать такие, как: низкий уровень благосостояния в начале жизненного цикла, значительное опережение расходов в сравнении с доходами, изменение жизненной мотивации к старости (усиление сберегательных стратегий, связанных с передачей наследства или жизненного опыта). Относительно мотивации по поводу наследства есть много теорий и мнений, которые фокусируются на концепции формирования большого объема сбережений за счет накоплений, переданных по наследству, в частности, это характерно для экономики США [7]. В российской экономике тоже следует отметить ряд тенденций, связанных с трансформацией потребительских настроений.

Резюмируем результаты интеграции российской экономики в мировое информационное пространство:

- стремительное преодоление товарного дефицита на товарном рынке (расширение ассортимента, удовлетворение широкого спектра потребностей);
- расширение банковских и финансовых услуг, связанных с обслуживанием торговых отношений;

- повышение потребительской квалификации (изучение потребительских норм, изучение потребительских образцов в зарубежных странах, сравнительный анализ и применение результатов);

- относительный рост доходов населения (имеется в виду, что растут возможности и расширяются способности населения в отношении заработка, получения нового образования, повышения квалификации мотивационно организованной части населения);

- расширение инфраструктуры торговой сети, торговых институтов и инструментов.

Следует заметить, что под влиянием роста доходов увеличивается и спектр потребностей нового порядка, поэтому происходит некоторый разрыв между растущим доходом и уровнем потребностей домохозяйств. Отсюда возникает необходимость кредитной модели потребительской деятельности. Привлечение кредитного ресурса в краткосрочной перспективе позволяет решить проблемы платежеспособного спроса. Однако образуется долговой резерв, который трансформирует потребительские стратегии на следующем жизненном этапе, и домохозяйства пенсионного возраста формируют нестабильное потребительское поведение (работать после выхода на пенсию, сжимать собственные потребности).

Сегодня модель потребительского поведения домохозяйства зависит не только от уровня его благосостояния, но и от привычных финансовых стратегий. Поэтому маршрут и тактика потребительского поведения может меняться в течение всего жизненного цикла потребителя.

Постоянная трансформация потребительского поведения влечет за собой и некоторые изменения в экономике страны:

- прирост совокупного числа вкладчиков, ответственных за сбережения, обеспечивается не за счет больших объемов вложений, а по большей части количеством субъектов сберегательного поведения;

- повышение склонности к кредитованию у домохозяйств начинает снижаться по мере старения его членов, и потребление переходит к стратегии сбережения;

- финансовая стратегия, склонная к кредитованию, на определенном этапе становится нормой поведения ряда домохозяйств, что увеличивает кредитный долг финансовым организациям, причем независимо от объемов заработка;

- проявление такой закономерности, как рост динамики потребительского спроса на основе кредитования в расчете на некоторое количество домохозяйств и наоборот;

- наличие перераспределительного кредитного ресурса между поколениями при соответствующей процентной ставке.

Данные тенденции в России формируют некоторое кредитное поведение, которое было свойственно 75% населения США в начале XXI века. Спустя десятилетие этот показатель упал до 69%, долги населения выросли до 130%. К 2013 г. кредитные долги населения США стали снижаться с 90 до 70 тыс. долларов. Однако многие ученые прогнозируют, что при таких показателях многие семьи американцев к пенсии могут оказаться у точки невозврата [5].

Однако следует отметить, что кредитное поведение как тенденция связано не только с экономическими показателями (ставка процента, доходы, экономическое положение в стране), но и с неэкономическими факторами. Здесь можно говорить о следующем парадоксе: с ростом доходов не всегда увеличивается количество «счастливых» домохозяйств, так как обладание предметами роскоши со временем превращает их в предметы первой необходимости и удовлетворенность обладания ими падает, а также большинство товаров приобретают позиционный статус («лучше, чем у соседа, родственника, друга»). По нашему мнению, создание иерархической

структуры потребления невозможно, так как невозможно «быть всем «первыми» и сверху» [3].

Итак, при исследовании данных фактов и тенденций в потребительском поведении можно заключить, что среди неэкономических факторов выделяют: личную идентификацию, приобретение социального статуса и стиля, формирование потребительского образа, превращение «мечты» в реальность за счет приобретения бренда, марки. Поэтому следует отметить, что посредством потребления формируется новое «общество потребления», которому свойственны брендизм, шопоголизм, консьюмеризм, перепотребление [2].

Ученые Ф. Альварес-Куадрадо и Н. Ван Лонг создают синтез гипотез - «гипотеза относительного дохода как версии перманентного». Авторы новой версии претендуют на открытие «нового фундаментального психологического закона», суть которого сводится к следующему: выбор модели потребления зависит не только от собственного дохода, но и от относительного дохода типичного представителя референтной группы, на которую равняется в потреблении данное домохозяйство. В отличие от впередсмотрящего экономического агента, в модели присутствует потребитель, смотрящий по сторонам. Т. Кресцензи выделяет «мегазлоупотребление» потреблением [6].

Теперь рассмотрим ситуацию в России. По данным ЦБ РФ, на руках у населения оказалось 200 млн кредитных карт, что определяет тенденцию формирования «нерационального потребителя», члены домохозяйств не просчитывают эффективность кредитного поведения и становятся «заложниками» новых веяний в потреблении и финансовом поведении. Информация о кредитной стратегии достаточно ассиметрична и неоднородна в условиях российской экономики, современный потребитель не может квалифицированно оценить тот потребительский и финансовый эффект, на который он теоретически рассчитывает.

Многие ученые пишут о новых инструментах управления потребительской деятельностью домохозяйств. Дж. Акрелоф и Р. Шиллер выделяют следующие причины данного потребительского незнания [1]:

- иррациональность потребительского поведения, которая заложена в национальном менталитете, закрепованность;
- «воздушный» экономический рост, который стимулирует иррациональность;
- «ложная мотивация», которая управляет на уровне психологии и др.

Между тем, данная кредитная карусель и безудержная мотивация в потреблении раскручивают кризисные тенденции, которые возникнут как следствие.

Данные тенденции позволяют заключить следующий вывод: разные люди в разных странах могут вести себя одинаково и иметь общие черты потребительского поведения.

Рассмотрим еще один показатель, необходимый для характеристики потребительского поведения, – индекс потребительской уверенности¹ и проанализируем его состояние в ряде стран (см. таблицу) [9].

¹ Обобщающий (композитный) индекс - индекс потребительской уверенности - рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения (1-2), произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации (3-4), благоприятности условий для крупных покупок (5).

Индекс доверия потребителей в России и ряде зарубежных стран в 2021 г.

Страна	Показатель в 2021 г. (инд. п.)	Показатель в предыдущем периоде (инд. п.)
Россия	- 21,0	-26,0
США	88,3	84,9
Турция	80,2	86,7
Финляндия	3,8	-3,0
Франция	94	94
Швеция	103,0	97,4
Китай	127	123

Из таблицы видно, что индекс недоверия потребителей в России растет и находится в отрицательных значениях. Россия, в отличие от других представленных стран, хотя и демонстрирует тенденцию повышения доверия к кредитным организациям, к стабильным торговым отношениям (о положительной тенденции говорит и динамика изменения показателя индекса с -26 до -21), но все же это отрицательные значения, негативно характеризующие потребительские настроения. И следует заметить, что положительная динамика будет иметь положительный эффект только тогда, когда сохранятся устойчивые экономические показатели доверия в долгосрочной перспективе.

Относительно снижения уровня недоверия необходимо заметить, что в ряде зарубежных стран применяется механизм делевериджа, то есть снижения кредитного бремени: сокращение долгов домохозяйств и малого бизнеса, перераспределение благосостояния, введение режима экономии, монетизация госдолга. Однако мы считаем, что данные инструменты могут привести к сдерживанию роста экономики и, как следствие, к снижению уровня жизни и активизации потребления. Политика увеличения

потребительской активности должна строиться на политике полной занятости, снижения налогов и увеличения государственных расходов.

В странах с устойчивой рыночной экономикой сбережения рассматриваются как признак богатства страны. Но формирование сбережений и накопительная тенденция - это сложная задача самоорганизации домохозяйств. Среди основных направлений ее развития можно назвать:

- оптимизация бюджетной дисциплины всех членов домохозяйств;
- отказ от кредитов или рационализация кредитного поведения (реструктуризация долговых обязательств, использование государственных и институциональных инструментов решения кредитных задач за счет государственных программ кредитования, ипотеки, снижение кредитных долгов судебным путем);
- повышение финансовой грамотности и потребительской квалификации за счет получения общего и специального образования;
- расчет нормы и возможности сбережений в долгосрочном периоде;
- формирование пенсионных стратегий и накоплений;
- управление потребительским поведением и рисками (мониторинг торгово-розничных отношений, расчет текущих и стратегических расходов, отслеживание новых тенденций в розничной торговле, использование опытных образцов поведения, консультации со специалистами и др.).

Данные направления работы должны стать стратегическими задачами не только отдельного домохозяйства, но и всей страны, и формировать в итоге квалифицированное потребительское общество. Вот почему в новой макроэкономической политике государства отдельной строкой должно стоять потребительское образование граждан, чтобы суметь превратить модели потребительского поведения из ограничительного фактора в драйвер экономического роста.

Список литературы

1. Акерлоф Дж., Шиллер Р. *Spiritus Animalis*, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Пер. с англ. Д. Прияткина. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011.
2. Жеребин В.М., Болдышева Н.О., Ермакрява Н.А. Жизненный цикл семьи: демографическая, социальная и экономическая линии развития // ЭНСР. – 2006. – № 3(34). – С. 110.
3. Нанакина Ю.С., Симакова Е.С. Образ нового потребителя как результат формирования современных потребительских тенденций // Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (05 нояб. 2020 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. [Электронный ресурс]. – Пермь, 2020. – С. 211-217.
4. Нанакина Ю.С., Рябова О.Н. О некоторых тенденциях финансового поведения населения России в динамике // Шуйская сессия студентов, аспирантов, педагогов, молодых ученых: материалы XIII Международной науч. конф., Москва–Иваново–Шуя, 25 сентября 2020 г. / отв. ред. А.А. Червова. – Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 2020. – С. 198-201.
5. США. Долг домохозяйств – как индикатор благосостояния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forum.aforex.ru/profiles/blogs/>
6. Crescenzi T. *Beyond the Keynesian Endpoint Crushed by Credit and Deceived by Debt – How to Revive the Global Economy*. – NJ, 2012.
7. Kotlikoff L., Summers L. The role of Intergenerational Transfers in Aggregate Capital Accumulation // *Journal of Political Economy*. – 1981. - Vol. 89. -No. 4 (August). - PP. 706-732.
8. Stillman S. The Response of Consumption in Russian Households to Economic Shocks // UZA Press: discussion paper. - 2000. – № 411.

9. Рейтинг стран по индексу доверия потребителей 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://take-profit.org/statistics/consumer-confidence/>.

New models of consumer and savings behavior as indicators of household well-being and factors of economic growth in the country

Nanakina Yu.S.,

Ryabova O.N.

Shuya Branch of Ivanovo State University

The issue of accumulative and savings behavior of households becomes quite relevant, as the trends in the development of the banking system change, elements of private investment behavior are introduced, distrust of various kinds of credit organizations is formed. This article will analyze the consumer behavior of households regarding the savings and savings strategy regarding the life cycle.

Keywords: savings activity, consumer behavior model, transformation of consumer behavior, credit behavior, consumption society, consumer confidence index, deleverage mechanism.