

УДК: 364.122.2

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ МОДЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА**

**А. С. Мельникова**

*Уральский государственный экономический университет*

Потребительское поведение домохозяйств определяется целым комплексом социально-экономических и культурно-психологических факторов, особое значение среди которых имеют региональные факторы формирования доходов населения, мотивов и стимулов поведения. Предложенный методический подход позволяет выделить критерии оценки и показатели, характеризующие экономическое поведение семей на региональном рынке потребления. На примере анализа структуры доходов и расходов домохозяйств Свердловской области в ходе исследования выделены модели потребительского поведения домохозяйств, выявлены предпочтения потребления различных товаров и услуг в зависимости от благосостояния семей. Авторский подход позволяет прогнозирование потребительского рынка исходя из социально-экономических факторов, формирующих уровень доходов населения региона.

**Ключевые слова:** домохозяйство, доходы населения, потребительское поведение, региональные факторы.

### **A. S. Melnikova. METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMING THE MODELS OF CONSUMER BEHAVIOUR OF HOUSEHOLDS DEPENDING ON THE INCOME LEVEL OF THE POPULATION OF THE REGION**

The consumer behavior of households is defined by the whole complex of socio-economic and cultural-psychological factors, particularly important among which are regional factors of the population's income formation, motives and incentives of behavior. The proposed methodological approach allows us to determine the assessment criteria and indicators characterizing the economic behavior of the families in the regional consumer market. The models of consumer behavior of households, preferences in consumption of various goods and services depending on the welfare of the families are shown on the example of the households' income and expenses analysis in the Sverdlovsk region. The author's approach allows forecasting the consumer market trends based on the socio-economic factors forming the income level of the population of the region.

**Keywords:** household, income of the population, consumer behavior, regional factors.

Пересмотр устоявшихся научных представлений о социально-экономическом поведении домашних хозяйств, параметры которого определяют темпы экономического роста, привел к необходимости всестороннего изучения моделей потребительского поведения домохозяйств на региональном уровне. Как хозяйствующий субъект домохозяйства функционируют на региональных рынках труда, потребительских благ, финансовых рынках и в других сферах экономики, а также в различных социальных сферах. Наиболее активно домашние хозяйства как субъекты проявили себя в потребительской сфере [Иванова, 2008].

Домохозяйства – основной и наиболее адаптивный субъект социально-экономической системы. Изменение потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной экономики является актуальной задачей для исследователей. Для разработки региональных программ развития потребительского рынка важно понимать, как изменяется экономическое поведение домохозяйств при изменении их финансового положения. Модели поведения домохозяйств целесообразно рассматривать в разрезе их доходов, выделив основные характеристики потребительского поведения каждой группы. Комплексный подход к изучению потребительского поведения домохозяйств в условиях территориальной социально-экономической системы поможет проследить связи, формирующие потребительское поведение на микроуровне и воздействие параметров этого поведения на макроэкономические показатели.

Отечественные и зарубежные исследователи традиционно уделяли большое внимание теории потребительского поведения. В рамках классического и неоклассического подходов можно выделить исследования А. Маршала, В. Паретто, Дж. Кейнса. Экономическому поведению в рамках проблемы выбора посвящены труды Г. Беккера, С. Кузнеца, Х. Хотеллинга. Социально-психологическому подходу и культурным особенностям поведения потребителя уделено внимание в работах Р. Блэкуэлла, Дж. Коулмена, Дж. Энджела, К. Левина, У. Макгайра, Дж. Ходжсона.

В отечественных исследованиях основные подходы к изучению потребительских расходов с использованием экономико-математических методов были сформулированы в трудах Г. Байкова, А. Карапетяна, А. Левина, А. Орлова, А. Римашевского. Работы Ю. Веселова, Л. Герчиковой, Т. Заславской, В. Радаева и других авторов посвящены экономико-социологическим подходам в изучении рынка

и выделению в этой связи экономических и социальных аспектов потребительского поведения [Воронов, Краско, 2011].

Представления о роли домохозяйств в социально-экономической системе и закономерностях их потребительского поведения меняются в зависимости от множества факторов. Поведение домохозяйств следует рассматривать в многоуровневой системе потребительских отношений, учитывая как внутренние, так и внешние факторы экономической среды. Используя категорию «домохозяйство», мы подчеркиваем экономическую составляющую деятельности семьи, что определяется некоторыми условиями:

- домохозяйство является конечным потребителем товаров и услуг, включая расходы и доходы, потребительские предпочтения и государственное регулирование доходов населения;
- домохозяйство можно рассматривать как экономического агента, осуществляющего экономическую деятельность;
- потребительское поведение домохозяйства формирует структуру потребления общества на мезо- и макроуровнях;
- поведение домохозяйства на уровне удовлетворения потребностей отражает социально-экономические проблемы общества;
- адаптация населения в периоды кризисных явлений в экономике происходит в рамках домохозяйства и его ресурсов.

Под домохозяйством мы понимаем совокупность людей, как правило, объединенных семейно-родственными связями для совместного проживания и ведения домашнего хозяйства. Одной из основных характеристик домохозяйства является совместный бюджет.

Следует отметить, что модель экономического поведения домохозяйства неотделима от его потребительских функций, которые позволяют семье реализовывать свою основную задачу – воспроизводства человеческого потенциала за счет формирования материальной базы. К формам экономического поведения домохозяйства мы можем отнести: трудовое и предпринимательское поведение членов семьи, сберегательное и финансовое поведение, формирование и распределение доходов, адаптационное поведение в кризисный период.

Современная макроэкономическая политика России направлена на поддержание потребительского спроса, роста розничного товарооборота, снижение влияния инфляции на потребительское поведение. В отличие от классической теории, делающей акцент на «бережливости, воздержании от потребления

Таблица 1. Основные группы региональных факторов потребительского поведения домохозяйств

«Человек»	«Социум»		«Природа»
Демографическая группа	Группа общественных отношений	Социально-экономическая группа	Природная группа
<b>1. Биологические факторы:</b> поло-возрастная структура; показатели рождаемости, смертности, средней продолжительности жизни; показатели здоровья населения и т. д.	<b>1. Культурно-этические факторы:</b> показатели этических, культурных и национальных характеристик региона; влияние менталитета, морали, идеологии, религии, традиций на потребительское поведение домохозяйств и т. д.	<b>1. Экономические факторы:</b> показатели экономического развития региона; показатели уровня и качества жизни населения; показатели уровня и структуры доходов населения; структура потребления домохозяйств и т. д.	<b>1. Географическо-климатические факторы:</b> природно-климатические условия; природно-ресурсный потенциал; транспортная доступность
<b>2. Факторы демографического поведения:</b> показатели брачности, разводимости; показатели движения и мобильности населения и т. д.	<b>2. Политико-правовые факторы:</b> политическая стабильность, законодательная и нормативно-правовая система, криминальная ситуация, правосознание потребителя и т. д.	<b>2. Социальные факторы:</b> показатели рынка труда; инвестиции в человеческий капитал; уровень социальной напряженности; уровень миграции и т. д.	<b>2. Экологические факторы:</b> показатели комфортности окружающей среды; уровень загрязнения окружающей среды и т. д.

и накопления сбережений» [Смит, 2010], сторонники кейнсианской теории утверждают, что «бережливость мешает оживлению предпринимчивости» [Кейнс, 2002]. Формирование эффективного спроса домохозяйств, по мнению Дж. Кейнса, может стимулировать инвестиционный процесс в условиях спада экономики. Потребительские решения, принимаемые отдельными домохозяйствами, на микроэкономическом уровне влияют на благосостояние семьи в будущем, а на макроэкономическом уровне – являются важнейшим фактором развития экономики.

В этой связи необходимо рассмотреть факторы экономического поведения домохозяйств в зависимости от внешних и внутренних, объективных и субъективных факторов.

Структуру факторов потребления мы можем рассматривать в системе координат «человек–социум–природа». На основе этой системы координат выделены группы факторов (табл. 1): демографическая группа («человек»); общественные отношения («социум»); социально-экономическая группа («социум»); природная группа («природа») [Булганина, 2003]. Другие авторы [Воронов, Краско, 2011] рассматривают эту систему в разрезе следующих элементов:

- «потребитель» – воздействие биолого-психологических (пол, возраст, мотивация, стимулы, ментальность) и социальных (тип личности, профессия, образование) факторов;
- «общество» и его воздействие на «потребителя» – экономические факторы (ресурсы потребителя, его доходы и расходы), социальные факторы (семья, страна, тип потребителя, мобильность), политико-правовые

факторы (государственная политика в области потребления, социальная политика, соблюдение прав потребителя), культурные факторы (ценности, обычаи, нормы, символы);

- «территория» и ее влияние на «потребителя» – региональные факторы (демография, занятость, доходы, уровень цен), географические факторы (расположение, климат, уровень урбанизации, транспортная доступность), экологические факторы.

Следует отметить, что вне зависимости от классификации факторов потребления выделяются региональные факторы, влияющие на экономическое поведение домохозяйств. Региональная социально-экономическая среда оказывает влияние через потребительский потенциал, который формируется исходя из: сбалансированности регионального потребительского рынка, уровня инфляции и уровня цен на потребительские товары, реализации государственной социальной политики и политики доходов, структуры и уровня доходов населения территории, структуры потребительских расходов домохозяйств, типичного демографического поведения семей, сберегательного и инвестиционного поведения домохозяйств, социально-культурных норм и принятых форм потребительского поведения в местном сообществе. При этом следует отметить, что потребительское поведение домохозяйств также оказывает значительное влияние на региональные социально-экономические показатели. Так, к примеру, уровень сбережений населения формирует инвестиционные возможности региональных финансовых структур.

Таблица 2. Характеристика моделей поведения домохозяйств в зависимости от уровня дохода

Модель поведения	Уровень среднедушевого дохода (в ПМ)	Основные источники дохода	Мотивы потребительского поведения домохозяйств	Характеристика потребительского поведения домохозяйств
1. Модель «выживания»	$СД \leq ПМ$	Основная заработная плата, социальные трансферты, натуральные доходы	Удовлетворение минимальных потребностей; воспроизводственная функция потребления; внеэкономическое поведение	Ограничение свободы выбора поведения; отказ от товаров и услуг вне базового уровня удовлетворения потребностей
2. Модель «воспроизводства»	$ПМ < СД \leq 2ПМ$	Основная и доп. заработная плата, трансферты из бюджетных и внебюджетных фондов, натуральные доходы	Удовлетворение жизненно необходимых потребностей; воспроизводственная функция потребления; внеэкономическое поведение	Отложенный характер спроса; отказ от необязательных товаров и услуг
3. Модель «рациональности»	$2ПМ < СД \leq 6ПМ$	Основная и доп. заработная плата, социальные трансферты, доходы от собственности и самозанятости	Текущее потребление; доминирование краткосрочных потребностей; максимизация полезности в условиях ограниченных доходов; элементы рыночного поведения	Рационализация потребления; формирование сберегательного потребления; количественный рост потребностей
4. Модель «избирательности»	$6 ПМ < СД \leq 20ПМ$	Основная и доп. заработной платы, доходы от предпринимательской деятельности, ценных бумаг, собственности	Ориентация на текущий и будущий доход; максимизация полезности в условиях рационального потребления; постоянная полезность; рыночное поведение	Статусный и инвестиционный характер потребления; качественный и количественный рост потребностей
5. Модель «демонстрации»	$> 20 ПМ$	Основная и доп. заработная плата, доходы от предпринимательской деятельности, ценных бумаг, собственности	Ориентация на текущий и будущий доход; модель самореализации и демонстрации; нерациональное поведение	Формирование новых сегментов потребительского рынка на основе самореализации и индивидуализации; совершенствование потребительских стандартов

Практически все авторы [Жеребин, 2007] сходятся на разделении факторов влияния на потребительское поведение домохозяйств по уровням. Традиционно выделяют следующие уровни: индивидуальный (личность, индивид), микроуровень (семья, домохозяйство), мезоуровень (территория, регион) и макроуровень (государство, международные отношения). Рассмотрим влияние этих факторов на конечного потребителя.

На индивидуальном уровне, уровне конкретного потребителя, большое значение имеют субъективные факторы, факторы индивидуальных предпочтений: уровень ожиданий, настроений и намерений, потребительская уверенность, мода, предпочтения, тип потребителя. Индивидуальное потребление оказывает серьезное влияние на поведение домохозяйств.

На микроуровне, уровне домохозяйств, на потребительское поведение влияют как внутренние факторы – доходы семьи, ее состав, потребности и предпочтения, так и внешние факторы – инфляционные ожидания, уровень цен и доходов в регионе, уровень и структура занятости.

На мезоуровне, региональном уровне потребительское поведение определяют социально-экономическая и демографическая ситуация в регионе, уровень цен, темпы инфляции, отраслевая структура занятости, структура потребительского рынка.

На макроуровне действуют факторы общеэкономические и на более высоком уровне повторяют региональный уровень: рост ВВП, уровень инфляции, структура потребительского спроса, уровень безработицы и пр. Основным регулятором макроэкономических процессов выступает государство, которое, используя различные формы и методы, влияет на потребительское поведение и во многом формирует его. Для регулирования потребительского поведения, установок и стереотипов широко используются средства массовой информации. Формирование потребительского поведения на государственном уровне происходит через воздействие на доходы, цены и потребности населения [Россинская, 2009]. Система потребительских отношений, сложившаяся на уровне государства, через отношения собственности, предпринимательской

активности, распределения доходов, динамики цен и уровня инфляции позволяет на уровне домохозяйств влиять на дифференциацию потребительского поведения и через это воздействовать на темпы экономического роста, эффективность проведения структурной, налоговой, антиинфляционной политики, политики доходов и занятости.

Проанализировав уровни факторов, влияющих на потребительское поведение домохозяйств, можно сделать вывод, что их поведение определяется комплексом социально-экономических, социально-культурных, личностных и психологических факторов. Большое влияние на поведение домохозяйств оказывают внешние мезо- и макроэкономические факторы, которые в первую очередь влияют на среднедушевые доходы населения, структуру доходов и расходов, мотивов и стимулов потребления. Рассмотрим более подробно типы поведения домохозяйств в зависимости от уровня доходов (табл. 2) [Землянская, 1997; Охотников, 2006; Иванова, 2008; Белоусов, 2013].

Первую модель можно обозначить как модель «бедности» или «выживания». Домохозяйства, вынужденные придерживаться этой модели, характеризуются уровнем среднедушевого дохода на уровне или ниже прожиточного минимума (ПМ). Источниками дохода этой группы населения являются заработная плата и трансфертные платежи. Часто это семьи из социальных групп риска: пенсионеры, работники бюджетной сферы, инвалиды, многодетные семьи. Следует отметить большую роль в доходах таких домохозяйств денежной и неденежной помощи родственников, натуральных доходов (продукция ЛПХ) [Иванова, 2008]. Модель поведения домохозяйств носит внеэкономический характер, поскольку низкий уровень дохода ограничивает свободу выбора финансового потребления семей, ограничивая потребление воспроизводственной функцией на физиологическом уровне.

Вторую модель можно назвать моделью «воспроизводственного поведения». Характеризуется низким уровнем дохода (от одного до двух ПМ). Источник достигнутого дохода этой группы домохозяйств формируется за счет основной и дополнительной заработной платы, трансфертов из бюджетных и внебюджетных фондов, большое значение имеют натуральные доходы. Потребление часто носит отложенный характер и предполагает отказ от необязательных товаров и услуг. Преобладают такие виды потребностей, как материальные, связанные с физиологическими потребностями человека; платежеспособные – в форме

платежеспособного спроса; социальные – удовлетворяющие нематериальные, духовные потребности; универсальные [Стрижкова, 2000]. Мотивом потребления является удовлетворение жизненно необходимых потребностей в условиях ограниченного бюджета, воспроизводственная функция.

Третья модель – модель «рациональности», которую часто называют моделью «разумного потребления». Характеризуется средним уровнем дохода (от двух до шести ПМ на одного члена семьи). Главными источниками дохода этой группы домохозяйств являются основная и дополнительная заработная плата, социальные трансферты, доходы от собственности и самозанятости. Доминируют краткосрочные потребительские цели, долгосрочные цели могут быть достигнуты с помощью потребительского кредитования. Уровень дохода позволяет обеспечить текущее потребление, позволяющее удовлетворять материальные, социальные и духовные потребности. Мотив потребления – максимизация полезности в условиях ограниченных доходов. Домохозяйства этой группы характеризуются также формированием сберегательного потребления и превалированием качественного роста потребностей над количественным.

Четвертая модель может быть названа моделью «избирательного потребления». Характеризуется достаточно высоким уровнем дохода на одного члена семьи (от 6 до 20 ПМ). Основные источники средств этой группы домохозяйств расширяются за счет дохода от предпринимательской деятельности, ценных бумаг и собственности, при этом при планировании расходов учитывается не только текущий, но и будущий доход. Мотивом потребительского поведения выступает постоянность, максимизация полезности всех покупок в условиях рационального подхода. Домохозяйства этой группы ориентируются на статусный и инвестиционный характер потребления, обеспечивают количественный и качественный рост потребностей.

Пятая модель – модель «публичного» или «демонстрационного» поведения. Характеризуется самым высоким уровнем дохода на одного члена семьи (более 20 ПМ). Источниками аналогично предыдущей модели выступают доходы как от наемного труда, так и от предпринимательства, ценных бумаг, собственности. Доминирующим мотивом поведения можно назвать самореализацию и демонстрацию за счет индивидуализированного спроса на товары и услуги, возникновения запроса на принципиально новый продукт. Некоторые авторы такое

Таблица 3. Распределение населения по моделям потребительского поведения в зависимости от среднедушевого дохода (СДД) по Свердловской области и по РФ по данным за 2013 г. [Рос. стат. ежегодник..., 2015]

Модель потребительского поведения	Соответствующий уровень СДД в ПМ	Размер среднедушевого дохода, руб. <sup>1</sup>		Доля населения, %		Приблизительное соответствие 10-процентным группам населения по расходам, гр. <sup>2</sup>
		Свердловская область	Российская Федерация	Свердловская область	Российская Федерация	
1. Модель «выживания»	ССД ≤ ПМ	0–7681	0–7326	8,3	11,0	I
2. Модель «воспроизводства»	ПМ < СДД ≤ 2ПМ	7682–15362	7327–15252	21,9	25,8	II–III
3. Модель «рациональности»	2ПМ < СДД ≤ 6ПМ	15363–46086	15253–43956	50,1	49,0	IV–VIII
4. Модель «избирательности»	6 ПМ < СДД ≤ 20ПМ	46087–153620	43957–146520	19,8	14,0	IX–X
5. Модель «демонстрации»	> 20 ПМ	153621 и более	146521 и более			

Примечание. <sup>1</sup> Расчеты произведены исходя из размера прожиточного минимума на душу населения в 3 квартале 2013 г. <sup>2</sup> Используются данные по России в связи с их отсутствием по Свердловской области.

демонстрационное поведение связывают с нерациональным поведением. Именно эта группа домохозяйств часто выполняет регулирующую и развивающую функцию на территориальных рынках товаров и услуг. Например, домохозяйства «избирательной» и «демонстрационной» модели поведения способны влиять на деловую активность и структуру региональной экономики, изменяя через спрос структуру производства товаров и услуг.

Предложенные модели выступают в роли характеристик социального расслоения. Переход от одной модели к другой напрямую связан с изменением уровня дохода домохозяйства. Увеличение финансовых ресурсов возможно за счет потребительского кредитования. В этом случае происходит кратковременный переход в модель более высокого потребления с последующим возвратом в базовую модель на время снижения объема потребления в период возврата долга.

Основными функциями потребления домохозяйств можно назвать: воспроизводственную (1 и 2 модель, частично 3) и стимулирующую (4 и 5, частично 3 модель).

На следующем этапе исследования потребительского поведения домохозяйств в зависимости от уровня дохода необходимо выделить показатели, характеризующие социальное и экономическое поведение домохозяйств на рынке потребления. Эти показатели можем разделить на три основные группы.

1. Показатели, характеризующие население (домохозяйства) и уровень его благосостояния: распределение населения по величине среднедушевого дохода; распределение численности населения по размерам соотношения денежных доходов и величины прожиточного минимума; величина прожиточного минимума; численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума и пр.

2. Показатели, характеризующие размер и структуру доходов населения (домохозяйств): распределение населения по величине среднедушевых доходов; распределение общего объема денежных доходов населения; структура располагаемых ресурсов домашних хозяйств; структура денежных доходов по основным источникам их формирования и пр.

3. Показатели, характеризующие размер и структуру расходов населения (домохозяйств): структура потребительских расходов домашних хозяйств, структура расходов домашних хозяйств на конечное потребление; расходы на конечное потребление домашних хозяйств по 10-процентным группам населения; структура потребительских расходов

домашних хозяйств по 10-процентным группам населения и пр.

Сложность анализа показателей доходов и расходов домашних хозяйств заключается в неполноте данных, отсутствии некоторых данных на региональном уровне, субъективности данных, поскольку для их сбора используются методы выборочного обследования домашних хозяйств. Так, к примеру, из-за отсутствия желания раскрывать свои доходы и расходы в выборке недостаточно домохозяйств с высоким уровнем дохода. К тому же следует отметить, что систематическое исследование доходов населения по группам с различным уровнем благосостояния официальные органы статистики не проводят, ограничиваясь общими данными о размере и структуре доходов населения как в целом по России, так и по Свердловской области.

Несмотря на эти сложности, сделаем попытку проанализировать доходы и расходы домохозяйств в зависимости от достигнутого уровня дохода, используя данные официальной статистики [Рос. стат. ежегодник..., 2015]. При этом отметим, что в расчетах будут использованы некоторые допущения, которые не оказывают заметного влияния на динамику процессов и предложенные выводы исследования. Так, используя средние данные структуры расходов по 10-процентным группам населения, мы будем привязывать их к структуре населения по предложенным моделям потребительского поведения приблизительно, поскольку официальными органами статистики не собираются данные, позволяющие более четко привязать структуру населения со среднедушевым доходом в соответствии с прожиточным минимумом к 10-процентным группам населения по потребительским расходам. Сбор соответствующих данных и разработка методики расчета может быть следующим этапом научно-го исследования.

В таблице 3 представлены расчеты распределения населения в соответствии с предложенными моделями потребительского поведения в зависимости от среднедушевого дохода (СДД) и прожиточного минимума (ПМ) по Свердловской области и по РФ (данные за 2013 г.). Группы домохозяйств моделей «избирательного» и «демонстрационного» поведения объединены, поскольку распределение населения по среднедушевым доходам в соответствии с величиной прожиточного минимума ограничивается группой «более 6 ПМ».

Структура доходов домохозяйств (табл. 4) дает представление об общих тенденциях. Доходы от предпринимательства за 2000–2012 г.

остаются практически неизменными (9,3–11,3 %). Доля оплаты труда снижается за весь исследуемый период (с 50,6 % в 2000 г. до 37,9 % в 2012 г.). С сожалением следует констатировать, что снижение доли оплаты труда в структуре доходов происходит за счет увеличения доли социальных выплат (с 10,4 % в 2000 г. до 15,6 % в 2012 г.) и прочих доходов, включая «скрытые» (с 21,9 % в 2000 г. до 32,2 % в 2012 г.). Доходы от собственности снижаются (с 9,8 % в 2005 г. до 2,9 % в 2012 г.), вероятнее всего, также по причине перехода в «теневую зону» с целью неуплаты налогов. Можно сделать выводы о негативной тенденции изменения структуры доходов домохозяйств Свердловской области: переход от «зарабатывающих», продуктивных статей к «социальным» и «теневым».

Отсутствие данных о структуре доходов домохозяйств Свердловской области исходя из их материального положения не позволяет сделать выводы о влиянии структуры доходов на потребительское поведение домохозяйств. Поэтому в нашем исследовании мы будем ориентироваться исключительно на размер доходов различных групп домохозяйств.

В таблице 5 представлены расчеты структуры расходов на конечное потребление домашних хозяйств, сгруппированные в среднем по 10-процентным группам населения исходя из моделей потребительского поведения. Анализ позволил выделить группы расходов, вес которых традиционно повышается с увеличением доходов: «предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом», «здравоохранение», «транспорт», «организация отдыха и культурных мероприятий», «гостиницы, кафе и рестораны», «стоимость услуг, предоставленных работодателем бесплатно». Также определились группы расходов, вес которых снижается с увеличением дохода: «домашнее питание», «жилищно-коммунальные услуги и топливо», «связь». При этом выявились группы расходов «алкогольные напитки и табачные изделия», «одежда и обувь», «образование», вес которых меняется нелинейно и позволяет сделать выводы, что в домохозяйствах, характеризующихся воспроизводственной функцией (модели «выживания», «воспроизводства» и «рациональности»), доля этих расходов повышается, а в домохозяйствах, характеризующихся стимулирующей функцией (модели «избирательности» и «демонстрации»), вес в структуре расходов начинает снижаться. Таким образом, в структуре расходов домохозяйств выявлены зависимости потребления тех или иных товаров и услуг домохозяйствами с различным

Таблица 4. Структура доходов домохозяйств Свердловской области, %

Виды дохода	2000	2005	2010	2011	2012
Доходы от предпринимательской деятельности	10,3	10,2	9,7	9,3	11,3
Оплата труда	50,6	50,6	46,8	47,8	37,9
Социальные выплаты	10,4	10,3	15,7	16,6	15,6
Доходы от собственности	6,7	9,8	3,7	3,1	2,9
Другие доходы (включая «скрытые», от продажи валюты, денежные переводы и пр.)	21,9	19,1	24,1	23,2	32,2

Таблица 5. Расходы на конечное потребление домашних хозяйств, сгруппированные в среднем по 10-процентным группам населения исходя из моделей потребительского поведения, %

Расходы	10-процентные группы населения			
	I	II–III	IV–VIII	IX–X
	Соответствуют моделям потребления			
	«выживания»	«вопроизводства»	«рациональности»	«избирательности» и «демонстрации»
Расходы на конечное потребление, всего	100	100	100	100
1. Домашнее питание, в т. ч.:	47,3	44,5	35,58	20,75
денежные расходы	40,8	39,2	31,74	18,6
стоимость натуральных поступлений продуктов питания, из них:	6,5	5,3	3,84	2,15
– поступления из ЛПХ	4,9	4,05	2,9	1,5
– полученные подарки и пр.	1,6	1,25	0,94	0,65
2. Алкогольные напитки, табачные изделия	2,7	2,75	2,82	2,15
3. Одежда и обувь	8,1	8,95	10,26	8,45
4. Жилищно-коммунальные услуги и топливо	15,7	14,05	11,28	8,05
5. Предметы домашнего обихода, быт. техника, уход за домом	3,1	3,85	6,12	7,65
6. Здравоохранение	2,3	2,65	3,52	3,8
7. Транспорт	6,2	7,4	9,8	26,05
8. Связь	4,8	4,4	3,8	2,45
9. Организация отдыха и культурные мероприятия	2,9	3,8	6,78	8,1
10. Образование	0,5	0,7	1,16	0,85
11. Гостиницы, кафе и рестораны	1,0	1,4	2,64	5,0
12. Другие товары и услуги	5,4	5,55	6,12	6,5
13. Стоимость услуг, предоставленных работодателем бесплатно или по льготным ценам	–	–	0,12	0,2

доходом и моделями потребительского поведения. Эти выводы позволяют сегментировать региональный рынок потребительских товаров и услуг, ориентируясь на модели потребительского поведения домохозяйств.

Кроме выявленных закономерностей при прогнозировании потребительского рынка следует учитывать, что из современных тенденций изменения потребительского поведения домохозяйств можно отметить переход с текущих доходов на предполагаемые доходы при расширении использования потребительского кредитования, повышении мобильности

населения и информатизации потребления, с выходом в информационные и торговые сети [Мельникова, 2014]. Переход домохозяйств на предполагаемые доходы напрямую влияет на сберегательное поведение семей путем сокращения трансформированных в инвестиционные ресурсы сбережений, используемых различными субъектами региональной экономики. При этом отношение сбережений домохозяйств региона к их доходам является одним из показателей благосостояния общества.

Типология моделей может характеризовать влияние региональных социально-



экономических факторов на потребительское поведение домохозяйств, в частности, через изменение уровня их доходов. В свою очередь, рассмотрев влияние региональных факторов на поведение домохозяйств, необходимо отметить и обратную связь – влияние потребительского поведения домохозяйств на развитие региона. Факторы влияния потребительского поведения домохозяйств на развитие региональной экономики можно представить через следующие взаимосвязи:

- трудовая деятельность на предприятиях и в организациях позволяет формировать региональный валовой продукт и доходы регионального бюджета;
- потребление товаров и услуг, создаваемых предприятиями и организациями, формирует их прибыль и увеличивает налогооблагаемую базу;
- стимулирование инвестиционного процесса в регионе через участие косвенное (через механизмы кредитной системы) или прямое (через приобретение акций региональных компаний);
- участие в формировании и воспроизводстве человеческого потенциала – важнейшего стратегического условия долгосрочного, устойчивого и эффективного функционирования социально-экономической системы региона;
- участие в управлении экономикой региона через механизмы общественных саморегулируемых организаций, институты местного самоуправления;
- обеспечение продовольственного рынка региона излишками продуктов личного подсобного хозяйства.

Таким образом, стратегия потребительского поведения домохозяйств формирует потребность региона в трудовых ресурсах, стимулирует рост производства через механизмы совокупного спроса, удовлетворяет спрос на финансово-инвестиционные ресурсы, необходимые для инвестиционного развития региональных социально-экономических систем, за счет индивидуальных сбережений.

В результате исследования раскрыты модели потребительского поведения с позиции влияния экономических факторов развития региона на домохозяйства. В качестве основного фактора влияния на поведение домохозяйств рассмотрена социально-экономическая региональная политика, напрямую влияющая на уровень доходов населения. Особое внимание в статье уделено классификации факторов взаимного влияния потребительского поведения домохозяйств и социально-экономического

развития региона. Таким образом, следует отметить, что для прогнозирования закономерностей поведения домохозяйств необходимо определение региональных факторов и разработка системы показателей, характеризующих степень их влияния.

## Литература

- Белоусов А. Р.* Долгосрочные тренды российской экономики. Сценарии экономического развития России до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forecast.ru> (дата обращения: 12.01.2015).
- Булганина С. Н.* Природа и структура экономических субъектов. Оренбург: ОГУ, 2003. 206 с.
- Воронов В. В., Краско В. Д.* Доход как фактор потребительского поведения домохозяйств в Латвии // Социосфера. 2011. № 1. С. 86–92.
- Жеребин В.* Экономический рост и интересы большинства населения // Экономическая наука современной России. 2006. № 11. С. 59–73.
- Землянская В. Н.* Особенности потребительского поведения семей в период реформирования экономики // В сб: Экономика домашних хозяйств. М.: ИСЭПН РАН, 1997. 284 с.
- Иванова Н. А.* Особенности потребительского поведения домохозяйств в трансформационной экономике // Вестник ОГУ. 2008. № 9 (91). С. 107–111.
- Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости процента и денег. М.: Гелиос Арв. 2002. 352 с.
- Маевский В., Чернавский Д.* О рациональном поведении реального потребителя // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 71–85.
- Мельникова А. С.* Влияние эволюции потребительского поведения на ценностный выбор поколений // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления: материалы всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 28 февраля 2014 г.). В 4 т. Том 1 / Под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург: УрФУ, 2014. С. 100–103.
- Охотников И. В.* Сбережения как фактор повышения качества жизни населения России: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.: 2006. 25 с.
- Российский статистический ежегодник:* Стат. сб. / Росстат [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 12.01.2015).
- Россинская Г. М.* Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества. Уфа: Экономика. Т. 12, № 3 (32). 2009. С. 22–36.
- Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов // Классика экономической мысли. М.: Эксмо-Пресс, 2010. 960 с.
- Стрижкова Е. Г.* Потребление и сбережения домашних хозяйств – ключевой фактор посткризисного восстановления национальной экономики // Вопросы статистики. 2000. № 5. С. 35–40.

Поступила в редакцию 09.02.2015

## References

*Belousov A. R.* Dolgosrochnye trendy rossiiskoi ekonomiki. Stsenarii ekonomicheskogo razvitiya Rossii do 2020 goda [Long-term trends in the Russian economy. Scenarios of economic development of Russia up to 2020]. URL: <http://www.forecast.ru> (accessed: 12.01.2015).

*Bulganina S. N.* Priroda i struktura ekonomicheskikh sub'ektov [The nature and structure of economic agents]. Orenburg: OGU, 2003. 206 p.

*Voronov V. V., Krasko V. D.* Dokhod kak faktor potrebitel'skogo povedeniya domokhozyaistv v Latvii [Income as a factor of consumer behavior of households in Latvia]. *Sotsiosfera*. 2011. No 1. P. 86–92.

*Zherebin V.* Ekonomicheskii rost i interesy bol'shinstva naseleniya [Economic growth and interest of the majority of population]. *Ekonomicheskaya nauka sovremennoi Rossii [Economic science of modern Russia]*. 2006. No 11. P. 59–73.

*Zemlyanskaya V. N.* Osobennosti potrebitel'skogo povedeniya semei v period reformirovaniya ekonomiki [Features of consumer behavior of families in the period of economic reforms]. V sb: *Ekonomika domashnikh khozyaistv [Economics of households]*. Moscow: ISEPN RAN, 1997. 284 p.

*Ivanova N. A.* Osobennosti potrebitel'skogo povedeniya domokhozyaistv v transformatsionnoi ekonomike [Features of consumer behavior of households in the transformation economy]. *Vestnik OGU*. No 9 (91), 2008. P. 107–111.

*Keins Dzh. M.* Obshchaya teoriya zanyatosti protsen-ta i deneg [The general theory of employment, interest and money]. Moscow: Gelios Arv. 2002. 352 p.

*Maevskii V., Chernavskii D.* O ratsional'nom povedenii real'nogo potrebitelya [On rational behavior of real consumer]. *Voprosy ekonomiki*. 2007. No 3. P. 71–85.

*Mel'nikova A. S.* Vliyanie evolyutsii potrebitel'skogo povedeniya na tsennostnyi vybor pokolenii [Effect of evolution of consumer behavior on value-based choice of generations]. *Aktual'nye problemy sotsiologii molodezhi, kul'tury, obrazovaniya i upravleniya: materialy vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (Ekaterinburg, 28 fevralya 2014 g.) [Contemporary problems of sociology of the youth, culture, education and management: proceedings of All-Russian scientific and practice conference (Yekaterinburg, February 28, 2014)]*. Vol. 1. Pod obshch. red. Yu. R. Vishnevskogo. Ekaterinburg: UrFU, 2014. P. 100–103.

*Okhotnikov I. V.* Sberezheniya kak faktor povyshe-niya kachestva zhizni naseleniya Rossii [Savings as factors improving the quality of life of Russian population]: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk. Moscow: 2006. 25 p.

*Rossiiskii statisticheskii ezhegodnik [Statistical year-book of Russia]: Stat. sb. Rosstat. 2015. URL: <http://www.gks.ru> (accessed: 12.01.2015).*

*Rossinskaya G. M.* Potrebitel'skoe povedenie domokhozyaistva v usloviyakh transformatsii rossiiskogo obshchestva [Consumer behavior of households under transformation of Russian society]. Ufa: *Ekonomika*, 2009. Vol. 12, No 3 (32). P. 22–36.

*Smit A.* Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations]. *Klassika ekonomicheskoi mysli*. Moscow: Eksmo-Press, 2010. 960 p.

*Strizhkova E. G.* Potreblenie i sberezheniya domashnikh khozyaistv – klyuchevoi faktor postkrizisnogo vosstanovleniya natsional'noi ekonomiki [Consumption and savings of households as key factors of post-crisis recovery of national economy]. *Voprosy statistiki*. 2000. No 5. P. 35–40.

*Received February 09, 2015*

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

### **Мельникова Анна Сергеевна**

доцент кафедры экономики труда  
и управления персоналом, к. э. н.  
Уральский государственный экономический университет  
ул. 8 Марта, 62, Екатеринбург, Россия, 620014  
эл. адрес: [anuta\\_kk@mail.ru](mailto:anuta_kk@mail.ru)  
тел.: 89122450941

## CONTRIBUTOR:

### **Melnikova, Anna**

Ural State University of Economics,  
62 8<sup>th</sup> Marta St., 620014 Yekaterinburg, Russia  
e-mail: [anuta\\_kk@mail.ru](mailto:anuta_kk@mail.ru)  
tel.: 89122450941