

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет
имени М.В.Ломоносова»

На правах рукописи

Манахова Ирина Викторовна

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ
В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Специальность 08.00.01 - Экономическая теория

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант -
доктор экономических наук,
профессор С.В. Кадомцева

МОСКВА - 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава I. Информационная экономика – фундаментальная основа трансформации потребления	17
1.1. Современная парадигма социально-экономического развития	17
1.2. Предпосылки трансформации потребления и особенности её проявления	38
1.3. Глобальные риски информационной экономики – ограничения трансформации потребления	58
Глава II. Теоретико-методологические основы исследования потребления	71
2.1. Развитие теории потребления в научных исследованиях, их периодизация и генезис	71
2.2. Потребление как многоуровневая система социально-экономических отношений	105
2.3. Содержание трансформации потребления в рамках информационной парадигмы	121
Глава III. Модификация экономического поведения потребителей	135
3.1. Активизация роли потребителей и их основные характеристики	135
3.2. Усложнение механизма принятия потребительских решений	148
3.3. Влияние информационных каскадов на поведение потребителей	164
Глава IV. Тенденции изменения потребительского спроса на рынке благ	177
4.1. Расширение потребительского выбора на рынке благ	177
4.2. Диверсификация потребительского спроса	187
4.3. Формирование новых возможностей потребления на основе информационных технологий	201

Глава V. Особенности моделирования потребления: многофакторный анализ	219
5.1 Теоретическое обоснование потребительской функции: канонические и современные модели	219
5.2. Эмпирическое тестирование динамических моделей потребления	238
5.3. Снижения рисков и неопределенности в потреблении	267
Глава VI. Направления трансформации потребления в информационной экономике	292
6.1 Регулирование потребительского спроса в целях инновационного развития	292
6.2. Формирование модели информационного государства благосостояния	314
6.3. Повышение устойчивости благосостояния на основе потребления нового типа	337
Заключение	357
Библиографический список	367
Приложения	387

ВЕДЕНИЕ

Мудрое потребление гораздо труднее мудрого производства.

Джон Рескин, XIX век

Актуальность темы исследования. Потребление выступает важнейшей сферой жизнедеятельности общества, нацеленной на обеспечение развития человека, его физического, интеллектуального, духовного потенциала и удовлетворения системы потребностей.

Потребление выполняет важную воспроизводственную функцию, имеет существенное значение для экономического роста и циклических колебаний. Во-первых, распределение ресурсов общества между текущим потреблением, сбережением и различными видами инвестиций влияет на рост экономики и оказывает воздействие на повышение благосостояния в долгосрочной перспективе. Во-вторых, потребительские расходы составляют подавляющее большинство спроса на товары и услуги, колебания в совокупном потреблении являются важнейшими элементами подъемов и спадов в экономике. Динамика потребительского спроса определяется многообразием объективных и субъективных факторов и отражает сложные явления и процессы в сфере потребления. В-третьих, все население является активными или пассивными потребителями. Приобретая товары и услуги, они способствуют росту производства, поддержанию конкуренции и развитию бизнес-инноваций.

Актуальность исследования трансформации потребления обусловлена новой мировой тенденцией на рубеже XX-XXI веков - формированием глобальной информационной среды, опирающейся на всеобщность рыночных принципов и информационно-коммуникационные технологии. Информационная революция детерминировала глубинные изменения всех фаз воспроизводственного процесса. Существенно преобразовалась окружающая среда экономической деятельности. Всесторонний анализ радикальных изменений, происходящих в социально-экономическом развитии, фундаментальных цивилизационных процессов, вызванных к жизни принципиально новой ролью в современном мире информационных технологий и знаний, требует глубокого научного исследования многомерной количественной и качественной трансформации потребления на разных уровнях хозяйствования и жизнедеятельности.

Особая значимость изучения потребления подчеркивается в докладе Комиссии Стиглица (ООН, 2009), где настоятельно рекомендуется в оценке социально-экономического развития и прогресса учитывать интересы домохозяйств и делать акцент не на измерении производства (ВВП), а на оценке благосостояния, доходов и потребления. За последние десять лет в России

наблюдается важная тенденция: неравномерный, но рост благосостояния, повышение уровня и качества жизни населения, что коренным образом отражается на процессе потребления и требует пристального внимания к изучению новых явлений и закономерностей трансформации.

Современная теория потребления востребована практикой. Динамика потребления и степень удовлетворения потребностей отражают уровень благосостояния населения и являются барометром инновационного развития, задают стимулы и ограничения модернизации и устойчивого долговременного роста национальной экономики.

Немало исследователей связывают начало мирового экономического кризиса 2007-2009 гг. с проблемами долгового финансирования потребления. В этой связи изучение особенностей потребления и выявление факторов, определяющих их посткризисную динамику, становятся особенно актуальными. Глубина кризиса, продолжительность рецессии, инертность экономики, заставляют по-новому взглянуть на причины этих явлений и искать пути выхода в сфере потребления.

Степень научной разработанности проблемы. Многоаспектность научной темы позволяет акцентировать внимание на следующих направлениях экономической теории.

На рубеже третьего тысячелетия особенно проявляется глобальная проблема трансформации социально-экономических систем, переживаемой всем человечеством. В.Вернадский и его последователи изучают проблемы перехода от биосферы к ноосфере, Д.Белл и сторонники его гипотезы – переход к постиндустриальному обществу на основе новых технологий и институтов, Дж.Гелбрейт – новое индустриальное общество, Э.Тоффлер – экономику «третьей волны». В центре теории М.Кастельса и П.Химанена – информационное общество и сетевая экономика, Д. Тапскотта и В.Ульямса - электронно-цифровое общество и викиномика.

Теория информационной экономики и информационного общества, потребительские рынки с асимметричной информацией, наиболее разработаны западными учеными, среди которых Дж.Акелроф, Х.Вэриан, Ф. Махлуп, М. Мэлоуп, Дж. Нейсбит, М.Спенс, Дж. Стиглер, Дж. Стиглиц, К.Шапиро, К. Эрроу. Вместе с тем, в российской экономической мысли глубокие исследования по информационной экономике изложены в работах О.Н.Антипиной, С.А.Дятлова, В.Л.Иноземцева, Н.В.Ливтвака, Р.Нижегородцева, И.А.Стрелец, О.М.Юня.. Изучением когнитивной стадии развития и становлением знание-интенсивной экономики занимаются В.М.Бондаренко, Г.Б.Клейнер, В.Л.Макаров, О.С.Суханов. Трансформационные процессы, вызванные информационной революцией и глобализацией, их экономические и социальные последствия рассмотрены в трудах Е.Ф.Авдокушкина, А.В.Бузгалина,

Р.С.Гринберга, Н.А.Ивановой, А.И.Колганова, Д.С.Львова, Р.М.Нуреева, Ю.М.Осипова, А.А.Пороховского, Д.Е.Сорокина, К.А.Хубиева, В.Н.Черковца и других авторов.

Теория потребления заслуженно занимает фундаментальное место в основном потоке экономической науки, является наиболее разработанным разделом экономической теории, особенно в части потребительского выбора в сфере обмена.

Истоки учения о потреблении можно найти в трудах Аристотеля, Платона, А.Смита, Д.Рикардо. В XIX веке проблему потребительских расходов главным образом исследовали Л.Лодердель, Т.Мальтус, А.Швабе, Э.Энгель. Позднее воспроизводственные аспекты потребления раскрыты в работах Дж. Гобсона, К.Маркса, Ф.Энгельса. Основы теории полезности потребительских благ, рациональности поведения потребителя изложены в законах Г.Госсена. Развитие теории спроса и механизм потребительского выбора на основе кардиналистского (количественного) подхода предложили УДжевонс, К.Менгер, Л.Вальрас. В начале двадцатого века В.Парето, Е.Слуцкий, впоследствии Р.Аллен и Дж.Хикс, разработали теорию спроса, основанную на ординалистском (порядковом) подходе к функции полезности. Взаимосвязь категорий потребление, сбережение и благосостояние исследовали А.Маршалл, Дж.Кларк, А.Пигу, заложившие основы микроэкономической теории потребления. Макроэкономический аспект проблемы потребительской функции впервые выдвинул Дж.Кейнс, поставивший вопрос о детерминантах эффективного спроса, что придало этой проблеме в экономической теории постоянное звучание. В значительной части работы зарубежных авторов С.Кузнец, П.Самуэльсона, М.Фридмана, Ф.Модильяни, А.Андо, Р.Блумберга, И.Фишера, Д.Робертсона, Дж.Дьюзенберри, Р.Клауэра, Л.Клейна, Т.Брауна, Р.Харрода, Э.Хансена, Р.Холла, и других посвящены циклическим колебаниям соотношения между потреблением и сбережением. Неоклассическая теория рациональных ожиданий Р.Лукаса и Т.Сарджента позволила показать действенность государственной политики с учетом ожиданий домашних хозяйств и исследования роли доверия людей к правительственным мерам. Новая теория потребления развита в работах Г.Беккера, Я.Минсера, Т.Щульца. Ряд исследователей, среди них Дж.Катоне, Дж.Фостер, Дж.Шэкл, В.Йор, Л.Фестингер, Д.Каненан, П.Словик, А.Тверски, Д.Ариели останавливаются на поведенческих гипотезах, пытающихся объяснить краткосрочные и долгосрочные изменения в совокупном потреблении. Формирование прикладных аспектов и эмпирическая верификация моделей потребления отражены в работах С.Зельдеса, А.Келли, Дж.Кэмбелла, Н.Менкью, Дж.Роджерса, П.Ромера, Дж.Скиннера, Р.Хаббарда, Дж.Ши.

Современные подходы к исследованию динамической оптимизации потребления представлены в макромоделях рынка благ и связаны с долгосрочной динамикой нормы сбережения: модель эндогенной нормы накопления Ф.Рамсея, Д.Касса, Т.Купманса,

экзогенного экономического роста Р.Солоу, модель перекрывающихся поколений П.Самуэльсона и П.Даймонда. Альтернативные динамические макромоделли потребления с гетерогенными агентами разработаны в работах С.Аягари, Т.Бьюли, Н.Кийотаки, П.Круселла, Ан.Смита, М.Хаггетта. Между тем многие специалисты ограничиваются количественным анализом функций потребления, высоким уровнем формализации, в меньшей степени останавливаются на качественных изменениях этих процессов, чего настоятельно требуют не менее авторитетные ученые Дж. Стиглиц, А.Сен, Ж.П. Фитусси, Дж. Акерлоф, Р.Шиллер.

Масштабность изучения проблем потребления в экономической науке отражается исследовательской активностью в данной области лауреатов Нобелевской премии по экономике. М. Фридман - разработка гипотезы перманентного дохода (1976). Ф. Модильяни - создание концепции жизненного цикла (1985), М.Алле – обоснование долговой политики увеличения потребления и общественного благосостояния (1988), Г.Беккер - исследования человеческого поведения и теория человеческого капитала (1992), А.Сен - вклад в экономику благосостояния и борьбы с бедностью (1998). Дж. Хекман и Д. Макфадден - исследования потребительского поведения индивидов и семейных домохозяйств (2000), Д.Канеман и В.Смит – принятия решений в условиях неопределенности и теорию перспектив (2002), П.Даймонд, Д. Мортенсен, К. Писсаридес – разработка теории ценового поиска и подбора, изучение рынков с моделями «трений» (2010). Экономисты прогнозируют, что теория потребления в 21 веке станет основой для определения экономической и социальной политики государств.

В отечественной экономической науке различные аспекты потребления в контексте уровня жизни, проблем бедности представлены работами таких ученых, как В.Н.Бобков, Т.И.Заславская, Л.Ф.Лебедева, Т.М.Малева, М.А.Можина, Л.С.Ржаницына, И.И.Столяров. Важность макроэкономических аспектов развития потребительских и сберегательного процессов подчеркивается авторами ряда статей и монографий, в частности, Е.М.Авраамовой, О.С.Белокрыловой, Л.Евстегнеевой, Р.И. Капелюшниковым, Ю.Кашиным., Луценко, И.Д.Мацуляк, Л.Н.Овчаровой, Вад.В.Радаевым, Н.М.Римашевской. Психологические основы потребительского поведения исследованы в работах А.И.Китова, В.М.Соколинского, Б.А.Райзенберга, Ю.А.Ольсевича, С.Р.Яголковского. Теоретические аспекты потребления общественных благ через призму социальной политики государства изложены в трудах Н.Волгина, С.В.Кадомцевой, С.В.Калашникова. Широкую известность получили работы по макроэкономическому обоснованию совокупного спроса и микромоделированию потребительской функции О.Н.Антипиной, А.О.Вереникина, М.Е.Дорошенко, Н.А.Миклашевской, А.А.Никифорова, И.Е.Рудаковой.

В диссертационных работах отечественных авторов последнего времени тематика потребления включала следующие ракурсы. Е.Г.Гужва разработала теорию потребления на

основе формирования концептуального подхода к развитию национальной экономики, Н.И.Голуб применила рисковый подход к изучению личного потребления, В.В.Сараев предпринял анализ проблем манипулирования потребительским выбором со стороны производителей. С.К.Демченко изучала структурные сдвиги в потреблении и накоплении и их влияние на макроэкономическую динамику. Г.М.Россинская исследовала особенности потребительского поведения домохозяйств в современных условиях, применила многоуровневый подход. Д.Э.Лисневский проанализировал воздействие поведения потребителей на цикличность экономического развития. С позиции изучения потребления в информационной экономике следует отметить работы О.А.Рыбалкиной по проблеме развития потребительского спроса в постиндустриальном обществе и диссертацию Д.Д.Володиной, посвященную исследованию формирования типов постиндустриального потребителя.

Однако новые тенденции и закономерности потребления в информационной экономике XXI века пока ещё недостаточно изучены, требуют глубокого осмысления и научного обоснования. В этой связи основное внимание в диссертации уделяется мало разработанным и дискуссионным вопросам влияния информационного фактора на трансформацию потребления, выявлению её предпосылок, особенностей и последствий проявления, разработке теоретико-методологических основ исследования и обосновании направлений трансформации потребления на современном этапе.

Предметом диссертационного исследования является трансформация многоуровневой системы социально-экономических отношений потребления в условиях информационной экономики.

Объектом диссертационного исследования выступает динамика потребительского (платежеспособного) спроса и закономерности поведения потребителей на современной стадии социально-экономического развития.

Цель и задачи диссертационного исследования. Цель научного исследования заключается в развитии теории потребления на основе разработки концепции трансформации потребления в информационной экономике.

Сформулированная цель предопределила спектр научно-исследовательских задач диссертации:

- Исследовать фундаментальную основу трансформации потребления, выявить предпосылки и особенности её проявления в информационной экономике.
- Разработать теоретико-методологические основы исследования потребления и процесса его трансформации с учетом информационной парадигмы.
- Исследовать влияние информационного фактора на модификацию экономического поведения потребителей.

- Выявить новые тенденции изменения потребительского спроса на рынке благ в условиях информационной экономики.
- Теоретически обосновать и эмпирически проверить современные модели потребления на основе многофакторного анализа с учетом рисков и неопределенности.
- Исследовать макроэкономическую динамику потребительского спроса, выявить стимулы и ограничения инновационного развития российской экономики со стороны потребления.
- Разработать модель информационного государства благосостояния, обосновать условия её формирования в российской экономике на основе обобщения результатов мониторинга благосостояния и уровня информатизации потребителей.

Методология и методы исследования. Диссертационное исследование базировалось на взаимосвязи фундаментальной теории потребления (спроса и потребительского поведения, потребительского выбора) и теории информационной экономики (теории информации, информационной ценности благ, теория информационных каскадов). В работе использованы новейшие достижения в области неоклассической и неокейнсианской экономической теории, социэкономии, экономики благосостояния, поведенческой и экспериментальной экономики, экономической психологии, нейроэкономики, теории перспектив, теории рисков, экономики поколений. Применялась методология и инструментарий прикладных экономических дисциплин маркетинга, менеджмента, экономики труда.

Существенное влияние на формирование взглядов автора в методологии исследования оказала атмосфера научного поиска на кафедре политической экономии экономического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова, труды и работы ученых кафедры.

Уровень общенаучной методологии представлен системным и интеграционным подходами к исследованию трансформации потребления. С этих позиций применяются следующие методы: субъектно-объектный, структурно-функциональный, историко-логический, анализ и синтез, абстрагирование, математический и статистический методы (индексный, корреляционно-регрессионный, дисперсионный, анализ динамических рядов).

Уровень конкретно-научной методологии предполагает использование инструментария эконометрического моделирования, методов динамического программирования и динамической оптимизации, метод калибровки; технологии гуманитарного моделирования, что способствует достоверности и надежности полученных результатов.

К числу непосредственных методов относятся сбор статистической информации и фактических материалов, проведение полевых социоэкономических исследований, иные аналитические методики сбора и обработки информации.

Информационно-эмпирической базой исследования послужили монографии авторитетных ученых, статьи ученых-практиков, законодательные и нормативные акты, справочные статистические материалы официальных органов управления Российской Федерации: МЭР (www.economy.gov.ru), Минфина www.minfin.ru ЦБ www.cbr.ru, Федеральной службы государственной статистики России (www.gks.ru) статистическая информация отечественных и зарубежных информационных агентств, данные периодической печати, Интернета и другие академические и деловые источники. Базы данных Центра стратегических исследований (Росгострах), НАФИ, ВЦИОМ. «Комплексное наблюдение условий жизни населения, агрегированные показатели в целом по всей совокупности обследованных домохозяйств (сентябрь 2011)» (Интернет-сайт Росстата), базы микроданных, содержащих обезличенные данные по каждому обследованному домохозяйству. Панельные опросы о социально-экономическом положении домохозяйств «Russia Longitudinal Monitoring Survey (Мониторинг экономического положения и здоровья населения)» (RLMS). Полевые обследования автора в рамках мониторинга информационного общества и благосостояния населения, проведенные на базе Центра региональных социологических исследований (ЦРСИ) в 2012-2013гг. Использован значительный объем международных статистических данных и эмпирических исследований, источники данных ООН, Всемирный банк, МВФ www.imf.ru, ОЭСР www.oecd.org.

Научная новизна диссертационного исследования.

1. Выявлены и систематизированы глобальные предпосылки трансформации потребления, вызванные формированием информационной экономики, к которым относятся: развитие информационно-коммуникационных технологий и диффузия инноваций, становление открытых глобальных рынков и либерализация торговли, рост потребительских услуг в экономической деятельности, совершенствование системы регулирования потребительских рынков. Определены качественные характеристики трансформации потребления: время потребления и пространство потребления, выявлены эндемические и темпоральные особенности этих процессов. Обоснованы последствия трансформации, проявляющиеся в изменении демографии и географии потребления. Выделены глобальные риски информационной экономики, ограничивающие реализацию отношений потребления.

2. Предложена периодизация этапов развития теории потребления на основе генезиса научно-исследовательских программ и систематизации теоретико-методологических концепций. Актуализирована роль и место теории потребления в развитии предмета

экономической теории по трем направлениям: 1) конвергенция – синтез теорий, разработка микроэкономических основ макроэкономической динамики потребления; 2) дивергенция – флуктуация теорий, от микро- к наноуровню и от макро- к мегаэкономическому уровню исследования отношений потребления; 3) коэволюция. – соразвитие теорий, мульти- и междисциплинарные исследования феномена потребления.

3. Разработан системно-интеграционный подход к исследованию потребления и процесса его трансформации с учетом информационной парадигмы. Выявлено, что в сфере потребления система отношений реализуется: на наноуровне как индивидуальный спрос экономического агента, на микроуровне как коллективный спрос домохозяйства, на мезоуровне как массовый спрос населения региона, на макроуровне как совокупный спрос населения страны, на мегауровне как глобальный спрос населения планеты. Дано комплексное определение категории «потребление» в единстве его экономического и социального содержания. Представлена сравнительная характеристика потребления в индустриальной и информационной экономике. Раскрыто понятие трансформации потребления как процесса глубоких системных изменений, проявляющихся в преобразовании субъектов потребления, усложнении объектов и предметов потребления, расширении потребительского выбора, диверсификации потребительского спроса, структурных сдвигах в потребительских расходах и изменении моделей потребления.

4. Доказано, что модификация экономического поведения потребителей проявляется: 1) в активизации роли потребителей и изменении их основных характеристик (демографические сдвиги, трудовые траектории, образовательные компетенции); 2) в усложнении механизма принятия потребительских решений; 3) в усилении влияния информационных каскадов на поведение потребителей. Выявлено, что сложность принятия потребительских решений на информационно насыщенных рынках обусловлена: асимметрией информации и повышением коньюмерских издержек; усилением субъективных факторов принятия потребительских решений; изменением критериев рациональности потребительского выбора. Введено понятие информатизация потребления, под которым понимается опосредование потребления благ информационной деятельностью.

5. Выявлены основные тенденции изменений потребительского спроса на рынке благ в информационной экономике: во-первых, макдонализация, рационализация, стандартизация и кастомизация, как процессы расширения потребительского выбора; во-вторых, интеллектуализация, софтизация, сервисизация, как процессы диверсификации потребительского спроса; в-третьих, экологизация, эстетизация, как процессы получения дополнительного потребительского излишка и полезности; в-четвертых, виртуализация, сетевизация, как процессы предоставления новых возможностей для потребителей с

использованием информационных технологий и Интернета. Определены основные преимущества и недостатки, вызванные этими преобразованиями для потребителей, а также обоснованы новые возможности для развития бизнеса, работающего в потребительском сегменте, и повышения его конкурентоспособности.

6. Теоретически обоснованы и эмпирически протестированы динамические модели потребления: подоходная, сберегательная и кредитная. На основе многофакторного анализа выявлено, что развитие информационной экономики способствуют активному распространению кредитной модели потребления. В результате изучения мирового и российского опыта доказано, что долговое финансирование потребления: 1) является механизмом межпоколенческого перераспределения ресурсов и благосостояния; 2) может выступать как источником роста, так и существенной причиной экономического кризиса. Развита методология исследования рисков потребителя: уточнено понятие, составлена многоуровневая матрица рисков потребления, предложен механизм их снижения, включающий: внедрение эффективного режима потребительской политики; развитие страховых механизмов компенсации потребления; повышение финансово-экономической грамотности населения.

7. Доказано, что качественно новая информационная экономика детерминирует структурные сдвиги в потреблении и требует соответствующей им, качественно новой структуры производства, адекватной потребностям инновационного развития. На основе расчетов функции потребления и мультипликатора расходов выявлено, что в российской экономике сфера потребления ориентирована на импорт, а сфера инвестиций - на экспорт, в результате эффект мультипликатора и акселератора не оказывает стимулирующего влияния на экономику, что подвергает её резким колебаниям в зависимости от мировой конъюнктуры. Обоснована необходимость регулирования потребительского спроса на основе оптимизации макропропорций между потреблением, сбережениями и инвестициями с целью экономического роста и повышения благосостояния.

8. Выявлено, что в результате финансово-экономического кризиса нарастают социальные противоречия развития информационной экономики, которые проявляются в росте социального неравенства и цифровом разрыве, усилении социальной исключенности, нарушении принципов коллективной защиты труда, происходит демонтаж социального государства. Предложена модель информационного государства благосостояния как форма разрешения этих противоречий. Обоснованы методологические принципы, выявлены условия реализации данной модели в российской экономике с учетом опыта развитых стран, в том числе:

- обобщены результаты мониторинга развития информационного общества,

установлено в целом позитивное воздействие ИКТ на жизнедеятельность и потребление населения; выявлены факторы, тормозящие процесс информатизации потребителей;

- апробирована новая методика оценки (мониторинга) благосостояния как социального индикатора инновационного развития экономики.

Выявлены наиболее проблемные зоны, препятствующие повышению благосостояния населения на разных пространственных уровнях. Предложены меры и практические рекомендации, способствующие устойчивости благосостояния на основе новых моделей потребления.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке автором концепции трансформации потребления в информационной экономике, дополняющей и развивающей теорию спроса и потребительского поведения; в предложении элементов новой исследовательской программы, отражающей усложнение и коэволюционное расширение теории потребления с учетом информационной парадигмы; в периодизации и систематизации современных научных направлений исследования мультидисциплинарного феномена потребления; применение ситсемнр-интеграционного подхода к изучению потребления, в теоретическом обосновании динамических моделей потребления и их эмпирической верификации, в развитии концепции информационного государства благосостояния и обоснованию условий его формирования в российской экономике как основы организации потребления нового типа.

Потенциал разработанной научной концепции заключается в объяснительной и прогнозной функции теоретической версии, моделировании кратко- и долгосрочных изменений потребления, исследовании микроэкономических основ макроэкономической динамики потребительского спроса, а также может послужить основанием для последующего поступательного движения научной мысли в развитии перспективных направлений исследования современной теории потребления.

Практическое значение диссертационной работы. Выводы и теоретические положения разработанной в диссертации концепции трансформации потребления могут стать научной основой государственной стратегии инновационного развития, разработки дорожных карт по ряду актуальных направлений (дистрибутивной, социальной, образовательной, потребительской) политики, развития стратегий бизнеса, работающего в потребительском сегменте, и оптимизации моделей потребительского поведения в условиях информационной экономики.

Предложения автора направлены на достижение достойного уровня и качества жизни населения, повышение устойчивости индивидуального и общественного благосостояния; на

проведение модернизации социальной политики, рост эффективности государственного регулирования потребительской сферы экономики и защиты прав потребителей, организацию потребления нового типа на основе формирования информационного социального государства.

Материалы исследования могут быть использованы при чтении курсов «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Информационная экономика», «Экономика общественного сектора», «Государственное регулирование экономики», «Социальная политика», а также спецкурсов «Теория спроса и потребительского поведения», «Экономика домашних хозяйств», «Экономика благосостояния» и разработке новых программ обучения.

Апробация результатов исследования. Результаты диссертационного исследования изложены на теоретических семинарах кафедры экономической теории и национальной экономики Саратовского государственного университета им. Н.Г.Чернышевского, на научных мероприятиях кафедры политической экономии Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова, на Научном Совете МГУ по разработке современной экономической теории (19 сентября 2013).

Основные положения диссертационной работы докладывались в период 2000-2014 гг. на ежегодной региональной научно-практической конференции «Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы» (Саратов, СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2006-2009 гг.), Межвузовская научно-практическая конференция «Формирование инновационной системы экономики: микро- и макроуровни», Саратов, СГУ, 20-21 декабря 2007; межвузовской научной конференции «Модернизация российского общества: механизмы реализации» (Саратов, СЮИ МВД, 2010, 2011), Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы функционирования общественного сектора в трансформационной экономике» (Орел, Администрация Орловской области, ОГУ, 2008), Международная научно-практическая конференция «Трансформационное общество: проблемы, их решения и перспективы развития», (Саратов, ИСО (филиал) РГСУ, 10-11 декабря 2008); Международная научно-практическая конференция «Институциональная система: становления и противоречия развития в современных условиях», Саратов, СГСЭУ, 6-7 февраля 2008; IX Международная научная конференция «Модернизация общества и глобализация» (Москва, ГУ-ВШЭ, 1-3 апреля 2008); XV Международная научная конференция по проблемам модернизации экономики и общества (Москва, ГУ-ВШЭ, 1-4 апреля 2014); на международной научно-практической конференции, посвященной 150-летию Центрального Банка России (Саратов, ГУ ЦБ РФ по Саратовской области, 17 сентября 2010); XIV Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества (Москва, ГУ-ВШЭ, 2-5 апреля 2013); на ежегодных научных конференциях в рамках «Ломоносовских чтений», проводимых на экономическом факультете МГУ, в том числе – Первом экономическом симпозиуме (МГУ, 2004), Шестой Фестиваль науки

(МГУ, 2011), Восьмой Фестиваль науки (МГУ, 2013), Четвертой международной научной конференции «Инновационное развитие экономики России: институциональная среда» (МГУ, 2011), Пятой международной научной конференции «Инновационное развитие экономики России: сценарии и стратегии» (МГУ, 2012), Шестой международной научной конференции «Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие» (МГУ, 2013); Седьмой международной научной конференции «Инновационное развитие экономики России: междисциплинарное взаимодействие» (МГУ, 2013); Первом Международном политэкономическом конгрессе (Институт экономики РАН, МГУ, Москва, 2012), I Международной научной конференции «European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches» (Европейские прикладные науки: современные подходы в научных исследованиях, Германия, Штутгарт, декабрь 2012), XIII Международная научная конференция «Модернизация России: ключевые проблемы и решения» (ИНИОН РАН, Москва, декабрь 2012), Первый Московский экономический форум (МГУ, ИЭ РАН, Москва, март 2013), IV Международная научно-практическая конференция «Организационная психология: люди и риски» (СГУ, Саратов, май 2013), Международная научно-практическая конференция «Деньги, кредит, бюджет России: история и современность» (МГУ, МФЮА, ИЭ РАН, Москва, октябрь 2013), Международной научно-практической Интернет-конференции «Инновации в экономике на современном этапе и перспективы их развития» (Poitiers, France., October, 2013), Ежегодная научная конференция Новой экономической ассоциации «Междисциплинарные исследования экономики и общества» (Москва, декабрь 2013), Международная научно-практическая конференция «Экономические и институциональные проблемы формирования новой экономики» (Саратов, ССЭИ РЭУ, февраль, 2014); Второй Московский экономический форум (МГУ, ИЭ РАН, Москва, март 2014), Международная научно-практическая конференция «Устойчивое развитие: общество и экономика» (Санкт-Петербург, СПбГУ, апрель 2014).

Результаты апробации диссертации представлены в докладах на научно-методических конференциях, в том числе межвузовской учебно-методической конференции (Саратов, 2002), международных конференциях «Наука и образование в условиях глобализации» (Сочи, 2004), «Методология экономической науки и методика преподавания экономической теории» (Москва, 2006), «Болонский процесс и подготовка новых кадров: вызовы времени» (СПб, 2009), «Компетентностный подход в образовании: традиции и инновации» (Саратов, 2012)..

Разработки автора в области теории потребления апробированы в преподавании курсов макроэкономики, экономики общественного сектора спецкурсов «Экономика домашних хозяйств», «Политика доходов и заработной платы» для студентов экономического факультета СГУ им Н.Г.Чернышевского, Саратовского государственного социально-экономического

университета, Института социального образования РГСУ, магистров Поволжской академии государственной службы.

Публикационная активность. По теме диссертационного исследования опубликовано более 90 научных и учебно-методических работ, в том числе 17 статей в изданиях и журналах, рекомендованных ВАК, 5 монографий и брошюра, а также главы и разделы в коллективных монографиях, 7 учебниках и учебных пособиях, серия статей в научных сборниках, тезисы докладов на конференциях, конгрессах и симпозиумах, общим объемом свыше 120,0 п.л.

Степень достоверности научного исследования подтверждается участием диссертанта в ряде грантов: 1) грант ИНО-центр, Саратовский МИОН, 2003, № 03-005 «Социальная политика в современной экономике России»; 2) грант РГНФ, 2004-2006, № 04-02-00157а «Собственность и власть: динамика, тенденции, перспективы»; 3) Федеральное агентство по образованию РФ, ИОП СГУ, 2007-2009, «Формирование и реализация инновационных научных и образовательных программ подготовки и переподготовки конкурентоспособных специалистов в регионе на базе университетского комплекса»; 4) грант РГНФ, 2013, № 13-236-11208 а(ц) «Человеческий капитал как фактор социально-экономического развития России», 5) индивидуальный грант РГНФ, 2014, № 14-52-00022 а(ф) «Трансформация потребления в информационной экономике».

Диссертационное исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы кафедры политической экономии экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «Развитие экономической теории на основе системного анализа и формирование российской модели инновационной экономики», подтема «Методология и системный подход к исследованию социально-экономического развития» (номер государственной регистрации – 01.2.006 06585)

Структура работы. Диссертационное исследование включает введение, шесть глав, восемнадцать параграфов, заключение, библиографический список и приложения. Основной текст работы изложен на 366 печатного текста. Содержит достаточное число иллюстраций, в том числе таблиц, рисунков, графиков.

ГЛАВА I. ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ОСНОВА ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Идут в разнос тела и нервы.
Двадцатый век нас завертел.
Что будет в веке двадцать первом
И есть ли скорости предел?
М.Д.Яновский, 1993.

1.1. Современная парадигма социально-экономического развития

Общемировой тенденцией нового XXI века является глубинная трансформация социально-экономических систем под влиянием взаимосвязанных процессов информатизации, компьютеризации и глобализации, которые становятся важнейшими характеристиками современного этапа развития мирового хозяйства независимо от открытого или закрытого типа национальной экономики. Под возрастающим влиянием этих процессов происходит коренная перестройка всего спектра воспроизводственных отношений, формируются новые модели общественного развития.

Объективной закономерностью современного социально-экономического развития является становление информационной экономики. На этапе постиндустриальной цивилизации и информационной революции компьютерные и телекоммуникационные технологии, современные средства связи резко ускоряют общемировую интеграцию по всем направлениям, наделяя процессы предшествующей индустриальной цивилизации новыми качествами и динамикой. Формируется коммуникационное единство мира, в котором скорость распространения невиданных объемов информации намного больше скорости передвижения людей и товаров. Глобальное информационное пространство преобразует экономическую, политическую, общественную, культурную деятельность. Информационные технологии многократно повышают интенсивность связей между людьми, народами и цивилизациями. Техносфера определяет жизнь людей, расширяет возможности развития человека, а интеллектуальная деятельность приобретает большую власть. Капитал как фактор производства уступает место информации, знаниям, интеллекту. Глобализация и информатизация меняет жизненные уклады во многих странах мира, ускоряет время, уплотняет пространство, размывает границы, резко интенсифицирует социальные процессы.

Все страны мира развиваются в направлении информационного общества, формируя собственные социально-экономические и культурные модели, даже если трансформация затрагивает только главные функции и процессы, связанные с глобальными сетями создания материальных богатств и обработки информации¹.

¹ *Кастелльс М., Химанен П.* Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / Пер. с англ. А.Калинин, Ю.Подорога. – М.: Логос, 2002. – с. 11.

Длительное время мировой экономической порядок воспринимался как сложный баланс различных сил и течений, неустойчивое равновесие центробежных и центростремительных тенденций. Но на рубеже веков мировое хозяйство все более предстает как неделимый целостный организм с формирующимся единым механизмом функционирования.

В 60-х годах основатель Римского клуба А.Печчеи сформулировал принцип, согласно которому человечество и условия его существования выступают как интегрированная макросистема, возникающая из агрегации огромного числа и разнообразия взаимодействующих систем и подсистем. В начале нового тысячелетия интернационализация вступает в завершающую стадию, мир смыкается, становится единым пространством². В Докладе о развитии человека написано: «Жизнь людей во всем мире становится все более тесно, глубоко и непосредственно взаимосвязанной, чем когда-либо ранее. В результате открывается множество новых как положительных, так и отрицательных возможностей»³. Интернационализация экономики приобрела качественно новое содержание, достигнув такого уровня, что можно констатировать становление глобально интегрированной экономики.

Новый этап развития экономики характеризуется рядом устойчивых закономерных тенденций, которые с различной степенью проявляются в экономиках многих стран:

- усиление взаимозависимости; и усложнение взаимосвязей;
- интенсификация экономического развития;
- планетарный масштаб изменений;
- интернационализация производства и потребления;
- расширение границ и охвата отношений обмена и интеракций;
- сознательное регулирование всего общественного хозяйства;
- воспроизводство социально-устойчивого общества;
- формирование открытой национальной экономики.
- сжимание и концентрация времени и пространства

Осмысление выделенных процессов и явлений становится основой для появления новых концепций социально-экономического развития, отражающих системную трансформацию экономики и общества. Чтобы понять особенности трансформационных процессов потребления необходимо проследить логику развития современного общества

² Римский клуб. История создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы / Сост. Д.М. Гвишиани, А.И. Колчин, Е.В. Несетова. А.А. Сейтом. – М., 1997.

³ См.: ПРООН Доклад о развитии человека за 1999 год. - Нью-Йорк: Оксфорд юниверсити пресс. 1999.

В обширной литературе ведутся активные дискуссии по поводу интерпретации новой экономики, выявления её сущности и содержания, разработки научной терминологии, комплексной характеристики современного этапа социально-экономического развития. В общем виде разнообразие подходов и форм проявления представлено на рис. 1-1

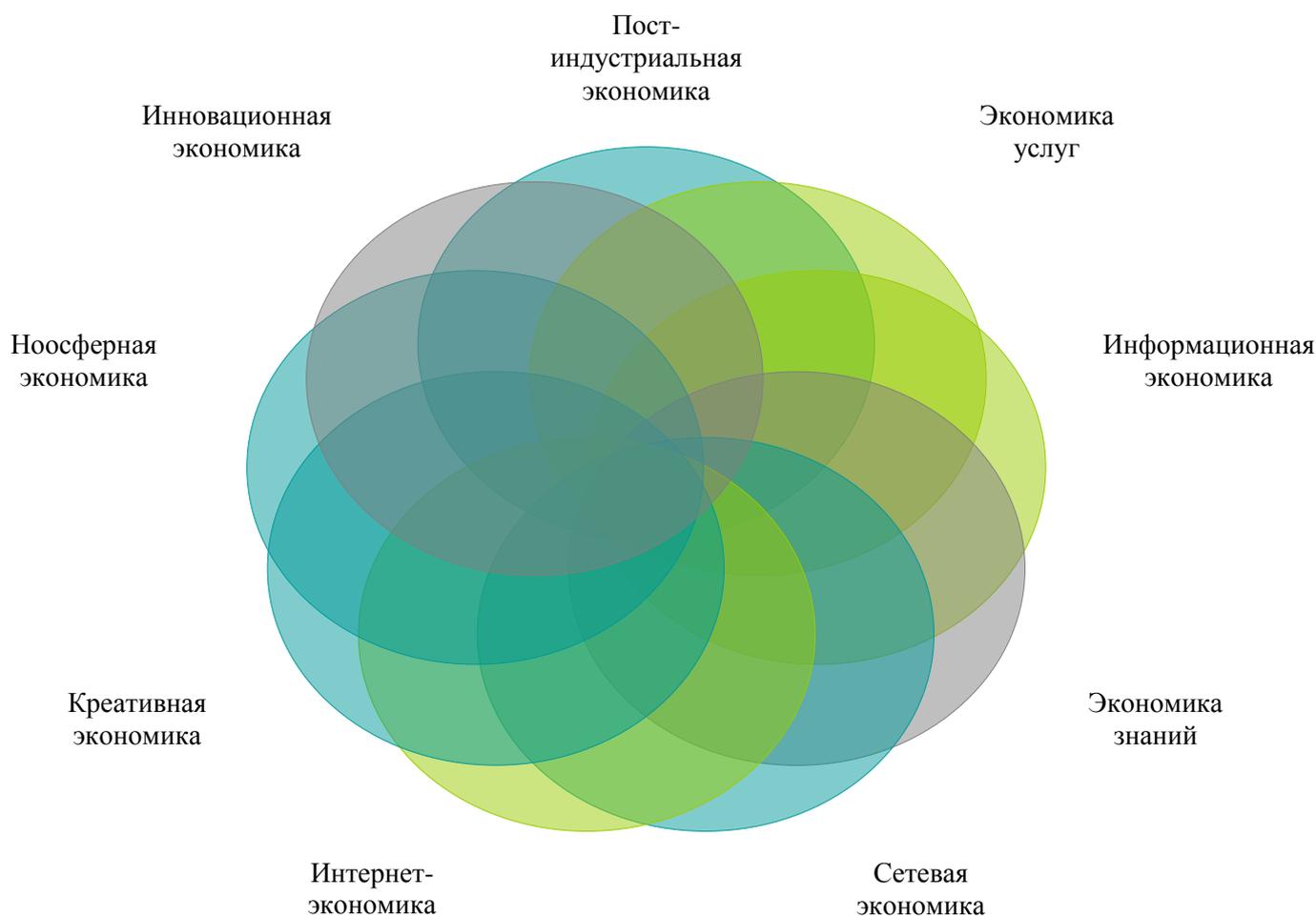


Рис. 1-1. Многообразие (инварианты) форм проявления новой экономики

Парадигма информационной экономики зародилась в недрах постиндустриального общества. Информационная революция, начавшаяся во второй половине прошлого века в развитых странах, дала импульс развитию различных концепций и теорий, не потерявших свою актуальность на сегодняшний день

Появление теории постиндустриального общества, предложенной в конце 60-х начале 70-х годов, позволило выделить три основные общественные системы: доиндустриальная, индустриальная и постиндустриальная, которые принципиально различаются по основным факторам производства, ведущим сферам экономики, и базовым социальным группам,

включенным в процессы производства и потребления. С этих позиций стало возможным осмыслить масштабные качественные изменения социально-экономического развития, базирующиеся на ускорении технического прогресса, снижении доли материального производства в ВВП, росте сферы услуг, повышении роли информации, науки, образования, и как следствие формирование нового типа экономики.

Значительное внимание изучению новой структуры постиндустриальной экономики уделяют Д.Белл, Ю.Аояма, Дж.Гэлбрейт, В.Иноземцев, М.Кастельс, Э. Тоффлер, А.Турен, Ж.Фурастье и другие авторы.

Один из первых исследователей Д. Белл⁴ добавляет к трехсекторной модели индустриальной экономики ещё два сектора: *четвертичный* и *пятеричный*. Ученый сужает пределы третичного сектора до транспорта и жилищно-коммунального хозяйства, к четвертичному сектору относит торговлю, финансы, страхование и операции с недвижимостью, а пятеричный охватывает здравоохранение, образование, отдых, исследовательскую деятельность и государственное управление⁵.

М.Кастельс и Ю.Аояма предлагают две различные модели информационного общества: 1) модель экономики услуг, реализуемая в США, Великобритании и Канаде; 2) инфо-индустриальная модель, свойственная для Японии и Германии. Авторы указывают на сокращение масштабов первичного и вторичного секторов экономики и рост третичного сектора как отражение нарастания роли информации в производственных процессах.

Научную популяризацию теории постиндустриального общества развивал Э. Тоффлер, предложивший концепцию «третьей волны»⁶. Среди новых явлений и тенденций общества третьей волны автор отмечал: огромное информационное разнообразие, становление информация в качестве объекта потребления, недолговечность благ, колоссальное убыстрение потребления продуктов, постоянная смена предпочтений и потребность в новизне, повышение инновационности не только производства, но и процесса потребления.

Ж.Фурастье указывал, что в новом обществе потребление становится доминирующим фактором, и на этой основе происходит глубокая модификация экономической структуры, бурный рост сектора услуг в сфере потребления. Оптимальная структура постиндустриальной экономики достигается тогда, когда в третичном секторе оказывается примерно 85% трудового активного населения, во вторичном - 10%, а в первичном - 5%⁷. Предположение ученого

⁴ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования – М.: Академия, 1999.

⁵ Румянцев А. Предмет и задачи «информационной экономики» // Российский экономический журнал. -1997.- № 9. - с. 89 -90.

⁶ Тоффлер Э. Третья волна. - М.. 1999.

⁷ Гохберг Л.М. Интеллектуальная деятельность в структуре экономики информационного

подтверждается современной практикой развитых стран, где на долю производства услуг приходится около 63-75% ВВП и 62-65% занятых в США и странах ЕС, для Японии соответствующие показатели составляют 59 и 56%⁸. Радикальные сдвиги в структуре экономики в сторону сферы услуг при значительном сокращении индустриального сектора, позволила некоторым исследователям выдвинуть тезис, что на смену индустриальной экономике приходит «экономика услуг».

Значение факторов технологического прогресса, информации и глобализации, определяющих формирование нового общества, привели к становлению теории информационной экономики. В 70-80 годы значительный вклад в развитие данной концепции внесли американские ученые Ф.Махлуп, П.Друкер, М.Порат, Т. Стоуньер, Р.Катц⁹ и японские экономисты Г.Умесао, Й.Масуда, Т.Сакайи¹⁰

Исследователи информационной экономики заложили фундаментальную теоретическую базу, однако в основном их внимание приковано к производственным процессам. Так, Ф.Махлуп обосновал роль знаний и информации, развитие информационного сектора и динамику его доли в ВВП. П.Друкер рассматривал влияние информационных технологий на процессы управления и развития корпораций, М.Порат предпринял инновационный подход к классификации информационных отраслей, Т.Стоуньер определил информацию в качестве главного фактора производства, Й.Масуда выдвинул идею, что движущими силами нового типа общества выступает производство и потребление не материальных благ, а товаров с высокой информационной ценностью.

Новые технологии преобразуют производство, которое становится более эффективным, производительным, продуктивным. В результате при меньших затратах создается большее количество выпуска, что позволяет высвободить часть ресурсов, прежде всего трудовых, и находить им более выгодное применение. Отсюда, сокращение материального производства способствует переливу ресурсов в сферу услуг, которая расширяется ради повышения производительности труда в сфере производства.

Выражением социально-экономической трансформации как процесса системных изменений является изменение структуры занятости и профессиональной структуры. С позиций постиндустриализма новая экономика и общество характеризуется следующими тенденциями:

общества (вопросы методологии) // Вопросы статистики. - 2000.- № 6.- с. 45.

⁸ По данным ОСЭР

⁹ Махлуп Ф. Производства и распространение знаний в США. - М.: Наука, 1966. - с. 408-411.

¹⁰ Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. – Bethesda MD^ World futures Society, 1981.

- Источник производительности и роста – знания, распространяемые через обработку информации;
- Экономическая деятельность смещается сдвиг от производства товаров к предоставлению услуг;
- Увеличение рабочих мест для менеджеров и профессионалов;
- Сокращение рабочих мест в с/х и промышленном производстве;
- Растущим информационным содержанием труда;
- Рост и появление профессий с высокой насыщенностью информацией и знаниями.

Движущей силой формирования информационной экономики становится производство и потребление информационного продукта, который воплощает в себе современные информационно-рыночные отношения¹¹.

Информационные системы порождают новое качество благ и информации как особого блага, которое не исчезает, но устаревает. Быстрое распространение информации приводит к программированию спроса, изменению предпочтений и вкусов, увеличивают спрос на агентов, которые обладают уникальной информацией и умеют ей нестандартно распоряжаться. Отсюда интеллект обретает следующие характеристики: индивидуальность, разнородность, локализация в применении, и становится ведущим фактором производства¹².

Использование знаний и информации в социально-экономических процессах воспроизводства становятся необходимыми факторами производства и потребления. Количественное нарастание объема информации и знаний переходит в качественное изменение их роли в экономике на информационной стадии постиндустриального производства¹³. Феномен возрастающей отдачи информации и знаний Тис Дж. объясняет следующими причинами: 1) переход к сетевой структуре производственных цепочек; 2) высокий уровень инвестиций потребителя для первоначального приобретения интеллектуального продукта (например, машина), трудности переключения на другого поставщика; 3) влияние кривой опыта как причины снижения издержек при накоплении знаний, вкладываемых в продукт¹⁴.

¹¹ Садыков Т. У. Илон и основы теории информационной экономики // Вестник Казахского ГУ. Серия экономическая. Алматы. - 1998 - № 10.

¹² Сухарев О.С. Методология возможности экономической науки. – М.: Курс, ИНФРА-М, 2013. - с. 281.

¹³ Макаров В., Клейнер Г. Микроэкономика знаний. – М.: Экономика, 2007. . – с. 36.

¹⁴ Тис Дж. Получение экономической выгоды от знания как актива: «новая экономика», рынки ноу-хау, и нематериальные активы // Российский журнал менеджмента. – 2004. - № 1

Информационные эффекты, вызванные увеличением доли информационного фактора в экономике, становятся определяющими в изменении институтов. По мнению Сухарева О. информация формирует институты, задает новые правила и порождает потребность в них.¹⁵ Новые явления требуют коррекции методологии экономической науки, чтобы изучать подобные изменения. Для постановки исследовательской задачи требуется:

- выбрать критерий оценки развития информационной экономики, выявить закономерности развития информационных процессов в обществе;
- выявить факторы, способствующие и препятствующие преобразованиям;
- разработать методологические коррекции по направлениям экономической науки.

Расширение концептуальных основ теории информационного общества существенно обогатило представление о современном этапе социально-экономического прогресса, позволило перейти рассмотрению более частных вопросов: Отдельные исследования посвящены изучению рынков с асимметричной информацией, ценообразованию, информационным благам, развитию сектора высоких технологий, сетевым рынкам и др.. Однако проблемы потребления в информационной экономике практически не исследовались.

Понятие «информационная экономика» получило широкое распространение, но пока еще не вошло в политико-экономический ряд. Определение информационной экономики не сложилось, потому что само явление не завершилось. В современной экономической литературе информационная экономика (*Information Economy*) трактуется как экономика, основанная на знаниях, в которой большая часть ВВП обеспечивается деятельностью по производству, обработке, хранению и распространению информации и знаний¹⁶.

Можно выделить два основных теоретико-методологических подхода к исследованию информационной экономики:

- *технократический подход*, при котором информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) считаются средством повышения производительности труда и их использование ограничивается, в основном, сферами производства и управления;
- *гуманитарный подход*, при котором информационные технологии рассматриваются как важная часть человеческой жизни, имеющие значение не только для производства и управления, но и для развития потребительской, социальной и культурной сфер.

Однако не технология предопределяет развития общества, а способность государства управлять технологиями во благо экономического развития и социального прогресса. В новом

¹⁵ Сухарев О.Г. Методология возможности экономической науки. – М., 2013. – с. 278

¹⁶ Например, см., : Кляйн Н. . NO LOGO. Люди против брендов. Пер. с англ. – М., 2012.

обществе информационные технологии служат усилению и расширению человеческой мысли, которая становится *непосредственной производительной силой*.

С этих методологических позиций под *информационной экономикой* в работе понимается современная стадия социально-экономического развития, новая экономика, которая расширяет возможности развития человека и способствует повышению благосостояния благодаря активному использованию информации, знаний и инновационных технологий. Цель новой экономики - изучить новые закономерности и факторы, основанные на знании о человеке и мире, и «заставить работать во благо общества»¹⁷.

Усложнение социально-экономической жизни по мере нарастания технологических преобразований способствовало *гуманизации* воспроизводственного процесса, выдвигению человека в качестве его цели, что является глобальной тенденцией, одним из качественных принципов информационной экономики. Экономическая основа этого - преодоление индустриального способа производства, всемерная информатизация экономики и общества, интеллектуализация производства и труда, гармоничное развитие личности каждого индивида. В этих условиях происходят глубокие количественные и качественные изменения в системе индивидуальных и общественных потребностей. Возникает новая социальная структура общества, имеющая постиндустриальную систему потребностей, основу которой составляют новые знания и информация.

Как отмечают Белл Д., Кастельс М., Грусски Д. в информационной экономике происходит изменение социальной направленности экономического развития, отличной от классовой иерархии индустриального общества (табл.1-1) .

По мнению О.И. Шкаратана в информационной экономике меняется процесс социальной мобильности общества, на первый план выходит меритократический принцип селекции, когда реальные преимущества в социальном продвижении получают творческие, высокообразованные люди. Иными словами социальная иерархия определяется не только экономическими ресурсами, но и «усиливается иерархией по владению человеческим и культурным капиталами»¹⁸. Население страны являются субъектами разного рода социальных подсистем (семья, муниципальное образование, круг друзей, родственники). Их ментальность складывается в результате многофакторного и многостороннего воздействия и не является абсолютно уникальной. Культурная составляющая носит более специфический характер. Наивысшую степень индивидуальности имеет историческая идентификация¹⁹.

¹⁷ Долгин А. Б. Манифест новой экономике. Вторая невидимая рука рынка.- М., 2010. - с.15

¹⁸ Шкаратан О.И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов // Общественные науки и современность. - 2011. - № 1. – с. 8

¹⁹ Макаров В.Л., Клейнер Г.Б. Микроэкономика знаний. – М.: Экономика, 2007. - с. 163.

Социальная направленность экономического развития

Сферы социального развития	Направленность (вектор) развития индустриального общества	Направленность (вектор) развития информационного общества
Направленность технологического развития	Дифференциация и непосредственная коллективность →	Индивидуализация и опосредованная коллективность
Направленность производства	Прибыль/ Власть →	Удовлетворение потребностей
Характер труда	Нетворческий, стереотипный →	Творческий, самоорганизованный
Направленность потребления	Массовое стандартизированное →	Индивидуальное кастомизированное
Направленность досуга	Компенсаторный →	Личностно-развивающий
Характер социальных отношений	Неравенство статусная согласованность — — → статусная рассогласованность	Неравенство на основе меритократических принципов

По мнению авторитетных отечественных ученых В.Л.Макарова, Г.Б.Клейнера три группы процессов определяют интенсивные изменения в мировой экономике 21 века²⁰:

1. *Глобализация* – свобода и расширение межстрановых потоков материальных и финансовых ресурсов, людей, институтов, проницаемость границ, кратное расширение рынков ресурсов, технологий, продукции, обострение конкуренции между товаро- и услугопроизводителями.
2. *Структурная трансформация в постсоциалистических странах*, поиск и апробация переходных моделей оптимального сочетания рынка и плана (разрыв сетевых связей между предприятиями).
3. *Когнитивизация* - осознания важности знаний как основного ресурса устойчивого экономического роста. Декогнитивизации - упрощения технологий и организационных механизмов хозяйствования, утрата технологических и социальных возможностей (рекреационных для населения).

По их мнению, современная экономика - это *экономика знаний*. Чем более продвинуто общество в технологической эффективности, тем больше значение институтов распределения знаний²¹. Авторы предлагают формационную концепцию когнитивной эволюции экономики (табл. 1-2).

²⁰ Макаров В.Л., Клейнер Г.Б. Указ соч. – с. 10-12.

²¹ Там же, с. 17.

Этапы когнитивной эволюции

Период		Когнитивное содержание	Условное наименование
Античность		Соизмерение	Эпоха соразмерности
Средние века		Дознание / Признание	Эпоха единознания
Новое время		Узнавание	Соответствия
Постиндустриальное общество, экономика знаний	Информационная стадия	Опознание	Информатизации
	Когнитивная стадия	Познание	Когнитивизации и индивидуализации

Примечание Составлено по материалам: Микроэкономика знаний, 2007. – с. 20

На стадии формирования постиндустриальной экономики главным инструментом получения знаний является *познание* (процесс личностного и институционального восприятия и освоения информации, соединения информационных и перцепционных фрагментов в рамках метаинформационных структур). Ранее познание выступало как пассивный процесс, в новых условиях главная роль – креативное познание, соединяющее создание с осознанием. По Клейнеру. Г.²², креативное познание из сферы искусств распространяется на производственную и потребительскую сферы. Информационно-когнитивное моделирование из вспомогательного средства познания превращается в его результат.

Показатели развития новой экономики выступают: 1) мера развития творческой деятельности и ее роль в жизни данной системы (доля занятых в науке, образовании и воспитании, здравоохранении, рекреации, культуре и т.д.); 2) уровень образования населения (доля лиц с высшим образованием); 3) удельный вес постиндустриальных технологий. Построенная по такому принципу иерархия показывает роль технологических укладов в создании ВВП и решении социально-гуманитарных задач:

Фундаментальная трилогия исследования информационной экономики принадлежит испанскому ученому М. Кастельсу. Автор выделяет в качестве современного этапа развития – *информационный капитализм*²³, сохраняющий свои формообразующие особенности – наемный труд и конкуренцию в накоплении капитала, противопоставляя его обществу всеобщего благосостояния. Информационное общество рассматривается не только через призму технологического детерминизма, а в более широком контексте социальных, культурных и исторических преобразований. Нарождающаяся социальная структура

²² Микроэкономика знаний, 2007. – с. 21

²³ *Информационный капитализм* – это форма капитализма более жесткая в своих целях, но более гибкая в средствах. Подробнее см: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. О.И.Шкаратан. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – с.13- 608 с.

взаимодействует с производственными процессами, и определяет присвоение, распределение и использование «излишка» в форме потребления. Но объем потребления (излишка) определяется продуктивностью производства, которое всецело зависит от умелого применения энергии и знаний. Одной из ключевых черт информационного общества является специфическая форма социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти. В этом обществе социальные и технологические формы данной организации пронизывают все сферы жизнедеятельности, начиная от доминантных (в экономической системе) и заканчивая объектами и обычаями повседневной жизни²⁴. Новая социальная структура ассоциируется с возникновением нового способа развития – *информационализма*, сочетающего активное использование технологий и информации, основанной на знаниях, и глобальный характер деятельности экономических агентов, связанных через разветвленную сеть²⁵.

В другой работе Кастельс М. пишет, что «новая экономика существует, но связана она не с виртуализацией бизнеса, а с изменением форм и процессов деятельности во всех сферах за счет использования знаний, коммуникационных технологий и *сетей* в качестве базовой организационной формы»²⁶. Его соавтор П.Химанен также связывает понятие новой экономики не только с развитием отраслей, производящих информационно-техническую продукцию, это относится к информационному способу производства и потребления на разных уровнях. Информационная экономика в его понимании означает сетевую структуру в ключевых сферах деятельности, исследований, управления и сбыта продукции²⁷.

Сравнительно недавно в середине 90-х годов появился термин электронно-цифровая экономика. Обобщающее видение этого феномена изложено в работе Д.Тапскотта²⁸ Информационные технологии позволяют создать общество, основанное на знаниях, на новой системе электронной коммуникации и сетевого взаимодействия. Компьютер превращается из инструмента управления в новое средство связи. Интернет помогает развитию новой экономики, основанной на объединении в сеть человеческого интеллекта, технологий, людей,

²⁴ Шкаратан О.И. Мануэль Кастельс - мыслитель и исследователь. / Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. О.И.Шкаратан. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – с.16.

²⁵ Кастельс М. Указ. Соч. – с. 37.

²⁶ Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. А. Матвеевой по ред. В.Харитоновой.- Екатеринбург, 2004. – 327 с.

²⁷ Himanen P. The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age.- N.Y.: Random House, 2001. – p. 168

²⁸ Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество. Пер. с англ. И.Дубинский. - Киев: INT Пресс, 1999. – 432 с.

их знаний, таланта, разума, творчества, изобретательности для прорывов в создании богатства и социального развития. В своей работе автор называет новую экономику «эрой сетевого интеллекта» и выделяет двенадцать узловых признаков электронно-сетевого общества:

- Ориентация на знания
- Цифровая форма предоставления объектов
- Виртуальная природа экономической деятельности
- Молекулярная структура
- Интеграция Межсетевое взаимодействие. Киберпространство
- Устранение посредников
- Конвергенция
- Инновационная природа
- Трансформация отношений изготовитель-потребитель
- Динамизм
- Глобальные масштабы
- Наличие противоречий

В цифровом мире меняется природа экономической деятельности объекты из физической переходят в виртуальные формы: виртуальные иностранцы (работающие в одной стране, физически находящиеся в другой), виртуальный бизнес-центр (помещения для предприятий в Сети), дистанционный конгресс (конференции), сетевое предприятие, и т.д. Происходит сближение трех ключевых отраслей: коммуникаций и связи (телефон), вычислительной техники и информационного наполнения (развлечения), что способствует развитию сетевой экономики.

В дальнейшем, развивая идеи электронно-цифрового общества, Д.Тапскотт в соавторстве Э.Ульямсом вводят в научный обиход новое понятие «*викиномика*» как разновидности сетевой экономики, основанной на сотрудничестве в Сети и коллаборативной кооперации. Под *викиномикой* ученые понимают «искусство и науку сотрудничества, производство на равных»²⁹, также обосновывают основные принципы её построения: открытость, доступ, пиринг и глобальный характер деятельности. Знания, ресурсы и вычислительные способности миллиардов людей в сети самоорганизуются и превращаются в новую значительную коллективную силу, действующую согласованно и управляемую с помощью блогов, вики, чатов, сетей равноправных партнеров и личные трансляции. Сеть

²⁹ *Тапскотт Д., Ульямс Э. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер. – 2011 – с. 143*

создается заново, чтобы предоставит миру впервые глобальную платформу для сотрудничества.

Развивают идеи сетевой экономики российские ученые. Так, Стрелец И.А. считает, что это форма инновационной экономики, связанная с производством и распределением сетевых благ, экономией на масштабе и внешними эффектами³⁰. Сеть как система децентрализованного управления приобретает все более важное значение Сети, а не фирмы, стали реальными производственными единицами. Наложение новой информационно-сетевой структуры на традиционные исторически сложившиеся сети делового партнерства³¹ создают мощный импульс развития бизнеса.

Информационная экономика охватывает две части: реальную и виртуальную. Деление мирового хозяйства на реальную и виртуальную составные части условно, виртуальная экономика существует реально, являясь неотъемлемой частью хозяйственной и повседневной деятельности человека³². В действительности «виртуальная экономика» - это искусственно созданное пространство, где осуществляются транзакции, циркулируют денежные потоки, появляются новые рынки. Как отмечает Эдвард Кастранова, «население виртуальных миров стремительно растет с 1996 года, и в каждом из них развивается уникальная экономическая система со своими производствами, активами и взаимоотношениями с реальной экономикой земли»³³.

Возникновение виртуальной экономики связывают с научно-техническим прогрессом второй половины XX века. Виртуальная экономика, зародившись в недрах реальной экономики, для своего жизнеобеспечения использует ресурсы реальной экономики, выходит за её пределы и начинает функционировать самостоятельно. Вместе с тем, реальная и виртуальная экономики пересекаются, взаимодополняют друг друга, они связаны отношениями коэволюции, т.е. совместно направленного и параллельного развития (рис. 1-2).

Активный рост виртуальной экономики начинается под влиянием интернет-технологий. Появляется новая сфера интернет-экономика.

³⁰ Стрелец И.А. Инновационная экономика. – М.: МГОУ, 2012. – с. 43

³¹ Медушевский А.Н. Экономика и общество в информационно эпоху.// Экономический журнал ВШЭ.- 2001 – № 1.- С. 117

³² Паульман В.Ф. Виртуальная экономика и глобальный капитализм http://lit.lib.ru/p/paulxman_w_f/text_0230.shtml (Дата обращения 03.09.2013)

³³ Кастранова Э. Бегство в виртуальный мир / Перев. с англ. Под ред. Казаковой Н.. Вахтанговой А. – М.: Феникс, 2010 – с. 217.

Интернет-экономика (Internet Economy или Network Economy) – глобальная сетевая многоуровневая структура взаимоотношений экономических субъектов посредством интернета³⁴.

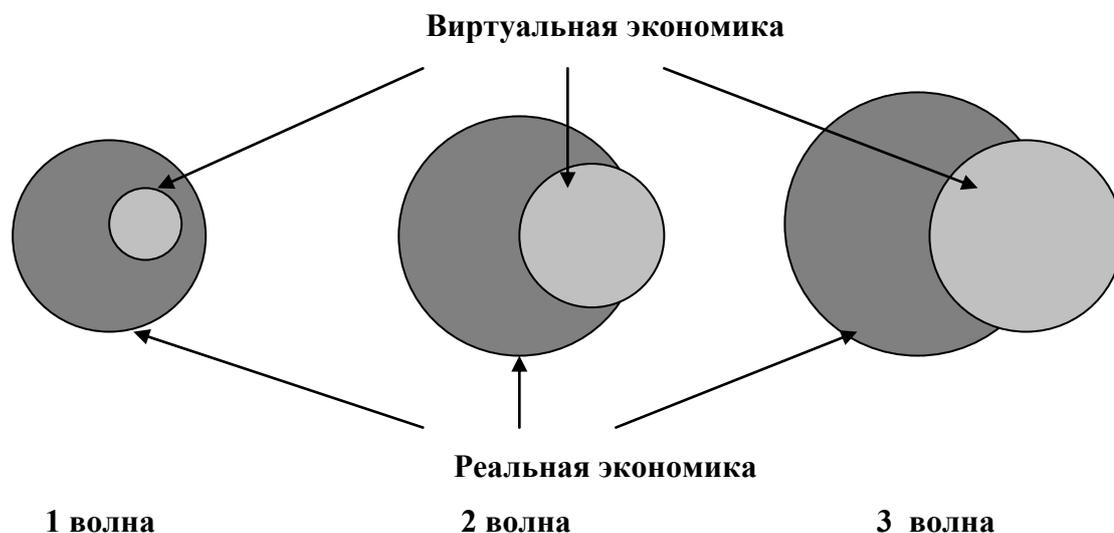


Рис. 1-2. Взаимосвязь реальной и виртуальной экономики: три волны развития Интернет

Можно выделить три волны развития интернет-экономики. *Первая волна* – создание технических условий для формирования и расширения масштабов сетевой экономики. Интернет появился как способ объединения различных компьютеров через телефонную сеть, механизм для реальной экономики. В современных условиях соединяет миллиарды пользователей во всем мире, как через мобильные, так и через стационарные устройства, независимо от пространственно-временных ограничений.

Вторая волна – перенос в электронную среду Интернет различных видов экономической деятельности (электронный бизнес, электронная коммерция, электронные платежные системы, электронный маркетинг и др.), что способствовало формированию Интернет-экономики как отдельной индустрии, имеющей свои специфические особенности развития. Одновременно интернет становится жизненно важной частью инфраструктуры для большей части мировой экономики.

Третья грядущая волна – формирование нового сегмента интернет-предметы. Развитие интернета достигло переломного момента для потенциального широкого распространения его на предметы потребления, которые обычно не наделены коммуникационными свойствами. Движущей силой развития данного сегмента являются два фактора: 1)

³⁴ Информационно-сетевая экономика в XXI веке / Под ред. С.А.Дятлова, В.П.Колесова, А.В.Толстопятенко. – М: Изд-во МГУ, 2001. – с.89, 339

повсеместность сетей; 2) снижающиеся цены на коммуникационные модули, используемые для подключения устройств.

Позитивно оценивая опыт внедрения интернет-технологий, правительства большинства стран мира финансируют внедрение широкополосной связи путем прямых государственных инвестиций, либо путем изменения программ универсального обслуживания. По опросам БиБиСи 80% населения Земли считают доступ к интернет базовым правом человека. В 2010 году в Финляндии впервые принят закон, гарантирующий каждому гражданину доступ к широкополосному Интернету (скорость не ниже 1 Мегабита/сек. и по доступной цене 30-40 € в месяц). Доступ к Сети дает возможность изменить свою жизнь к лучшему, гарантия того, что можно подняться по социальной лестнице, если есть желание, воля и силы, это равные стартовые возможности для всех без исключения.

Российские исследователи А.В.Бузгалин и А.И.Колганов отмечают, что качественные преобразования в экономике и обществе связаны с нарастающими изменениями в самых глубоких основах социальной организации – содержании труда. Постепенное нелинейное, но мощное нарастание роли творческой деятельности приводит к изменениям и факторов производства (возрастает роль знаний, культуры) и его структуры (новая роль образования как первого подразделения в новой экономике) и субъекта (на смену экономическому человеку приходит человек креативный). Все эти изменения создают позитивные и противоречивые предпосылки будущего общества массовой творческой деятельности, создающий мир культуры, и формируют *креативную экономику*. Акцент на творческом содержании деятельности как ключевом моменте креативной экономики позволяет постулировать её инновационный характер, основанный на создании и реализации новшеств, т.е. на творческой деятельности в области производства, управления, образования. Все сильнее возрастает значимость *творческой деятельности*. «Творческая деятельность является по своей природе неотчуждаемой, всеобщей», т.е. создающей «всеобщее богатство, которое аргіогі является общественно необходимым»³⁵. Ученые подчеркивают, что в силу своей неформальности, нестандартности домашнее хозяйство имеет большие возможности для творчества, что определяет его особую роль в развитии человека, экономики и общества в целом.

Авторы отмечают, что в бывших социалистических странах наблюдался низкий уровень использования творческого и новаторского потенциала людей с высшим образованием. Для переходных экономик характерно снижение общего уровня квалификации, вызванного специфической моделью преобразований, вытесняющих постиндустриальные, ориентированные на высокую науку, образование, культуру сферы деятельности. В развитых

³⁵ Бузгалин А. Человек, рынок и капитал в экономике XXI века // Вопросы экономики. - 2006. - №3. - С. 128, 137.

странах напротив отмечается высокая концентрация высококвалифицированных работников с высоким творческим потенциалом в транзакционном секторе, сфере массовой культуры и т.д. Во всех случаях происходит специфическая утилизация творческого потенциала человека³⁶.

Дальнейшее развитие информационной экономики вписывает процесс её эволюции в ноосферу, как форму некоего социального организма. Инновации экономической жизни общества создают базу для развития концепции новой экономической системы будущего – *ноосферной экономики*. В основе лежит идея неразрывной связи человека с природой и космосом, которая получила всесторонне исследование ещё в трудах Х.Гюйгенса, В.И. Вернадского. Обоснование эволюционности развития обобщено в учении о взаимосвязи био- и ноосферы: «В последние тысячелетия наблюдается интенсивный рост влияния одного видового живого вещества - цивилизованного человечества - на изменение биосферы. Под влиянием научной мысли и человеческого труда биосфера переходит в новое состояние – в ноосферу»³⁷. На современном этапе этот переход вызван ростом научного знания и его преобразующего вмешательства в объективную реальность.

Сегодня концепцию ноосферной экономики развивают такие учение, как Г.П.Журавлева, В.Н.Бобков, В.И.Видяпин, А.И.Неверов³⁸. Исследователи отмечают, что в ноосфере крупнейшей и ведущей геологической и экономической силой становится человек. Именно он, обладая творческим потенциалом, склонностью к инновациям и нововведениям, с помощью мысли может кардинально перестроить свою жизнь, радикально изменить условия жизнедеятельности по сравнению с прошлым и настоящим. Это дает основания ученым предположить формирование в ближайшем будущем ноосферной экономической системы, где на первый план выдвинуты общечеловеческие ценности. По утверждению Г.П.Журавлевой; «Биологическое единство и равенство всех людей – это закон природы»³⁹. В этой связи, реализация принципов равенства и социальной справедливости в хозяйственной жизни закономерно и неизбежно.

³⁶ Колганов А.И., Бузгалин А.В. Экономическая компаративистика. – М., 2008. - с. 77.

³⁷ Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. – М.: 2004. – с. 252.

³⁸ Экономическая теория (политическая экономия)./ Под ред В.И. Видяпина, Г.П.Журавлевой. – М., 2000; Бобков В.Н. Экономическая психология и концепция ноосферной экономики // Психология и экономика, - 2010.- № 1; Неверов А.Н. Инновации и концепция ноосферной экономики / Современный мир и Россия: особенности социально-экономического развития. – М., Тамбов, 2012 . - с.124-138.

³⁹ Журавлева Г.П. Противоречивые тенденции развития экономической жизни современного турбулентно меняющегося мира / Современный мир и Россия: особенности социально-экономического развития. – М., Тамбов: 2012 . - с.31

Сущностной чертой новой экономики по мнению Хубиева К.А.⁴⁰ является изменения на уровне движения экономической материи, что формирует новый технологический уклад, основанный: 1) на нано-, биотехнологиях, которые изменяют вещества на микроматериальном уровне, порождая принципиально новый тип трансформации ресурсов в блага; 2) на информационных технологиях, радикально изменяющих пространственно-временные характеристики экономических процессов; 3) изменение личного фактора и роли человека как носителя знаний в экономике.

В монографии О.Н.Антипиной⁴¹ разворачивается определение новой экономики как глобального явления. По определению автора, это рыночная циклическая экономика, обладающая потенциалом повышения тренда экономического роста и производительности труда на базе применения ИКТ, что дает следующие преимущества: 1) снижение издержек производства и распространения информации; 2) выгоды от сетевых эффектов; 3) научно-технические достижения и диффузия инноваций во всех сферах.

Таким образом, информационная экономика имеет множество форм проявления, отсюда, разнообразие названий сервисная экономика, когнитивная, виртуальная, сетевая и т.д.. В.Н. Черковец критикует новые термины, поскольку они не отражают целостность экономики как системы, трактует современный этап с позиций неоиндустриальной экономики, характеризующийся широким использованием новейших технологий, постиндустриального управления производством в его органической взаимосвязи с социальной сферой и природной средой⁴². Полагаем, что теория информационной экономики является доминантной характеристикой постиндустриального общества, иногда её называют информационной стадией развития постиндустриальной экономики. Остальные представляют расширительные трактовки, подчеркивают отдельные стороны информационной экономики, которые скорее дополняют, чем взаимозаменяют друг друга. Все вышеизложенные подходы отражают различные сущностные моменты и дают интегральную характеристику новой экономики.

Многие исследователи считают, что становление информационной экономики идет *революционным путем*. Особого внимания заслуживают следующие подходы:

- *Научно-техническая революция. Компьютерная революция. Информационная революция* (Т.Сакайя, Дж. Бенигер. ДЖ Несбит, Т.Умесло) Научно-технический прогресс позволил современным обществам овладеть невиданными прежде технологическим

⁴⁰ Теняков И., *Когзагтна 3*. Новая экономика: введение в научную терминологию // Вестник МГУ, - 2009. - № 4 .- с.8

⁴¹ Антипина О.Н. Информационная экономика: современные технологии и ценообразование. – М., 2009. - с. 12

⁴² Черковец В.Н. Социальные аспекты нового качество экономического роста. – М.: ТЕИС, 2012.

потенциалом, огромным объемом информации, ноу-хау, управленческого мастерства и финансовых средств; радикальным сдвигам подверглась структура общественного производства и занятости; стало возможным почти полное удовлетворение материальных потребностей населения; коренным образом изменились мотивы и ценностные ориентиры людей.

- *Глобальная социальная революция.* Концепция «революции доходов» (Дж. Гэлбрейт, С. Кузнец, Э.Хансен, и др.) проявилась в существенных изменениях распределительных отношений, росте общественного благосостояния, процессах выравнивания доходов, формирования общества «2/3» и количественном расширении среднего класса. Становление систем социального и пенсионного обеспечения, позволило выравнить жизненные шансы населения во многих странах мира. Исследователи утверждают, что произошел революционный переворот в распределении валового национального дохода, сущность которого состоит в постепенном сближении доходов разных слоев населения⁴³.

- *Глобальная интеллектуальная революция.* Управленческая революция (П.Друкер, Дж. Бернхем, А.Берли) Авторы отмечают, если в прошлом веке лидерство в мировой экономике зависело от умения добиться высокой производительности физического труда, то в XXI веке это лидерство перейдет к странам, которым удастся наиболее систематически и максимально эффективно повышать производительность умственного труда⁴⁴. П. Друкер выделяет две важнейшие группы: 1) «*knowledge workers*» – работники умственного, интеллектуального труда, генерирующие новые знания; 2) «новые служащие», которые сочетают в себе качества работников как интеллектуального, так и физического труда, т.е. применяют самые передовые знания в своем повседневном труде, но не генерируют новые знания. Также анализируются новые функции управления в процессах акционирования. и демократизация структуры менеджмента

- *Предстоящая «революция власти».* Э.Тоффлер в своей работе «Метаморфозы власти»⁴⁵ построение в будущем целостной гуманной цивилизации связывает с переходом через революцию власти, которая выступает источником многих изменений на основе фактора знаний.

Как отмечает А.А.Пороховский, развитие информационной экономики революционным образом повлияла на содержание, формы и скорость социально-экономического развития, предопределила бурный рост нововведений во всех сферах жизнедеятельности⁴⁶.

⁴³ Базелевич В.Д., Ильин В.В. Философия хозяйства. История. - К.: Знания; М.:2011. – с. 827

⁴⁴ См.: Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2001, с.210-211.

⁴⁵ Тоффлер Э Метаморфозы власти. - М.,1990.

⁴⁶ Пороховский А.А. Государство и новая экономика: американский вызов // 2002. – № 3 - с.3

Васильчук Ю.А. выдвинул идею, что структура мира перевернулась: ранее материальное производство как базис определяло надстройку, т.е. социальную структуру и интеллектуальное производство, теперь иносфера, развивающаяся на основе интеллектуальной деятельности, стала главным источником богатства, подчиняя техносферу реальной экономики⁴⁷.

Глобальная экономика глубоко асимметрична, меняется геометрия пространства, происходит смена моделей международного географического разделения труда, концентрация распределения экономической активности по регионам. На международном уровне экономический рост привел к концентрации производства и потребления на разных полюсах мира. Потребительскими центрами становятся развитые страны, производство перемещается в развивающиеся и периферийные страны⁴⁸. Первые страны «золотого миллиарда». (35 стран) представляют 1/7 часть света, где проживают примерно 1 млрд. человек. Суммарное население этих стран представляют собой глобального потребителя в планетарном масштабе. Высокий уровень жизни «золотого миллиарда» создается за счет других, более бедных стран, что усиливает противостояние государств и целых регионов. Это подтверждает гипотезу А.Тойнби о «внешнем пролетариате», который присоединяется к утверждению Линь Бяо (Китай) предстоящем превращении борьбы классов в борьбу наций.

Производство из развитых стран переносится в бедные страны, где более дешевая рабочая сила и близко расположены сырьевые ресурсы. Трансфер технологий сопровождается для них неблагоприятными внешними экстерналиями: высокотехнологичная продукция не находит потребителя на внутреннем рынке и вынуждено идет на экспорт⁴⁹. За время кризиса на Западе осознали опасность утраты производства и потери рабочих мест. Однако возврат на прежней технологической основе усложняется тем, что роботизация, автоматизация, компьютеризация производственных процессов ведет к сокращению рабочих мест. Современное оборудование капиталоемкое, что способствует сохранению безработицы.

По итогам последних лет половина мирового ВВП приходится на страны Северной Америки, Западной Европы и Японии (табл. 1-3). ВВП мира в 2011 г.: по рыночному обменному курсу валют составляет 69,7 трлн.долл., по ППС валют – 78,9 трлн.долл.⁵⁰. ВВП мира в 2012 г.: по рыночному обменному курсу валют - 71.8,7 трлн.долл., по ППС валют – 83,2 трлн.долл.⁵¹.

⁴⁷ *Васильчук Ю.А.* Фактор интеллекта в социальном развитии человека // *Общественные науки и современность.* – 2005. - № 1. - с. 72.

⁴⁸ См.: *Кляйн Н.* NO LOGO. Люди против брендов. Пер. с англ. – М., 2012. – с. 256

⁴⁹ *Шумахер Э.* Малое прекрасно. – М., 2012. – с. 5

⁵⁰ *World Economic Outlook (April 2012)* – Washington, IMF, 2012, p. 190.

⁵¹ *World Economic Outlook (April 2013)* – Washington, IMF, 2013, p. 190.

Россия занимает весьма скромное место в глобальном предложении товаров и услуг - всего 3%, производства мирового ВВП, то есть в 5 раз меньше, чем Китай, и шесть раз меньше чем США. Производительность труда, как доля ВВП на одного работника, в РФ незначительно увеличивается. Медленными темпами растет уровень жизни населения, однако этот показатель в 2,8 раз ниже, чем в США, и почти в 2 раза ниже, чем в странах ЕС. Доля россиян в составе народонаселения мира неуклонно сокращается, всего – 2%. Отсюда, роль российских потребителей в глобальном спросе весьма незначительна и в перспективе будет только сокращаться.

Таблица 1-3

Динамика доли отдельных стран и их групп в ВВП, в экспорте товаров и услуг и населении мира в 2011- 2012гг., (в %)

Показатели	Число стран		ВВП		Экспорт		Население	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Развитые экономики	34	35	51,1	50,1	62,4	61,3	14,9	14,9
Основные индустриальные страны:	7		38,5	35,8	34,2	33,9	10,8	10,7
США	1		19,1	18,9	9,5	9,8	4,5	4,5
Япония	1		5,6	5,6	4,2	4,1	1,9	1,8
Германия	1		3,9	3,8	8,2	7,9	1,2	1,2
Франция	1		2,8	2,7	3,5	3,5	0,9	0,9
Италия	1		2,3	2,2	2,9	2,7	0,9	0,9
Великобритания	1		2,9	2,8	3,5	3,4	0,9	0,9
Канада	1		1,8	1,8	2,4	2,4	0,5	0,5
Страны зоны евро	17		14,3	13,7	25,9	24,9	4,8	4,8
Развивающиеся и со становящимся рынком страны:	150	153	48,9	49,9	37,8	38,8	85,1	85,1
Китай	1		14,3	14,9	9,4	10,0	19,6	19,5
Индия	1		5,7	5,6	1,9	2,0	17,6	17,6
Бразилия	1		2,9	2,8	1,3	1,3	2,8	2,9
Мексика	1		2,1	2,1	1,6	1,7	1,7	1,7
СНГ + Монголия + Грузия	13	12 (без Монголии)	4,3	4,3	4,0	4,0	4,2	4,1
Россия	1		3,0	3,0	2,6	2,6	2,1	2,0

Источники. World Economic Outlook (April 2012) – Washington, IMF, 2012, p. 179; World Economic Outlook (April 2013) – Washington, IMF, 2013, p. 139

Примечание. ВВП и доля отдельных стран подсчитаны по паритету покупательной способности (ППС) национальных валют

В условиях развития глобальной информационной экономики формируется новая мировая архитектура – многополюсная модель, которая имеет трехконтурную конфигурацию (США-Запад-Восток). Национальный совет по разведке США в проекте «Создание карты глобального будущего» выделяют лидеров 21 века - Китай (мировой производственный цех) и Индия (мировой офис), Потенциал Киндии (условное название региона) дает этим странам весомые преимущества: население треть мира, огромные внутренние рынки, дешевая и высококвалифицированная рабочая сила, государственная политика, способствующая притоку капитала, с ориентацией на открытость и сотрудничество, что способствует быстрому росту уровня жизни и потребления.

По мнению экспертов, в ближайшей перспективе к странам золотого миллиарда прибавятся «серебряный миллиард» - средний класс стран Азии, СНГ, Латинской Америки и Африки, которые по темпам потребления материальных благ догоняют развитые страны. Это позволяет констатировать, что в глобальном масштабе меняется география потребления.

Таким образом, современный этап развития экономики характеризуется не просто структурными, технологическими и социальными преобразованиями, а трансформацией всего экономического процесса, формированием новой парадигмы социально-экономического развития. Теория информационной экономики описывает новую природу быстро сменяющихся периодов подъемов и спадов, усиливающуюся цикличность, возрастающую степень ожиданий. В основе изменений - наращивание скорости, объема, сложности отношений и трансакций, что умножает волатильность, создает неопределенность и сокращает предсказуемость. Современный этап социально-экономического развития имеет следующие всеобщие характеристики: трансформация, глобализация, информатизация, инновационность, креативность, финансизация, интернационализация, виртуализация, революционность (научно-техническая, информационная, компьютерная, управленческая, демографическая), рискогенность, гуманизация, экологизация, социализация.

Вся современная экономика становится информационной. Именно это дает основание для парадигмального мышления. Охват и глубина проникновения информационно-коммуникационных технологий во все сферы деятельности экономики и жизни общества позволяют также употреблять понятия «информационная экономика» и «информационное общество» в более широком контексте – на уровне экономики и общества в целом.

1.2. Предпосылки трансформации потребления и особенности её проявления

За последнюю четверть века существенные изменения в глобальной экономике вызвали глубокие преобразования рынков товаров и услуг и всего потребительского ландшафта. В большинстве случаев эти преобразования принесли существенные преимущества для потребителей. Можно выделить несколько мегатенденций в развитии информационной экономики, которые являются основными движущими силами этих преобразований и выступают глобальными предпосылками трансформации потребления.

1. Развитие информационно-коммуникационных технологий и диффузия инноваций

Появление быстро совершенствуемых компьютеров, электронных средств компактного хранения, передачи и обработки информации с помощью информационных технологий, создание локальных сетей, а затем и всемирной сети Интернет, мобильной телефонии, включение процессоров по обработке информации в многочисленные технические устройства, машины и оборудование положили начало процессу информатизации общества, т.е. превращению информации в важнейший ресурс его дальнейшего развития⁵². Развитие новых технологий и вызванные ими экономические процессы resultируются в новом качестве жизни и поведении людей.

Каждый член современного общества оказался перед необходимостью научиться использовать информационный ресурс, управлять потоками информации через овладение аппаратными устройствами и программными продуктами, отбирать полезную информацию и использовать её в осмысленной, опосредованной знанием, деятельности. Доступные информационные ресурсы сделали возможным не только прирост человеческого знания, но и значительно расширили возможности передачи, распространения и использования знаний в самых различных областях человеческой деятельности. По некоторым оценкам, 90% всего объема знаний, которыми обладает человечество, было создано за последние 30-40 лет.

Новые технологии меняют образ жизни людей, предоставляя большой выбор цифровых товаров и услуг, более низкие цены, более полную информацию, больше каналов распространения, способствуют появлению информационно-ориентированных трансакций для потребителей (электронная торговля, онлайн здравоохранение, дистанционное образование, интернет-банкинг и т.д.).

1) наблюдается рост *работы через телекоммуникации (teleworking)* По данным национального обследования в 1991 году в США насчитывалось около 5,5 млн.

⁵² Экономика знаний: Коллективная монография. Под ред. В.П. Колесова, - М.: ИНФРА-М, 2008.- с. 7-8.

телеработников, примерно 1-2% общей рабочей силы, однако из них только 16% работали через телекоммуникации. При этом возрастает доля сотрудников, работающих он-лайн из дома с неполным рабочим днем. Этот возникающий способ профессиональной деятельности в будущем распространится благодаря развитию сетевых предприятий и гибких рабочих процессов.

2) создаются *электронная коммерция*, вид торговли с использованием Интернет-технологий, *телемагазины*, которые скорее дополняют, чем заменяют традиционную торговлю

3) развивается *банковское обслуживание он-лайн*. Новая банковская индустрия банковские он-лайн транзакции, обслуживание клиентов по телефонной связи, автоматизированные кассиры, персонализация отношений «банк-клиент» в реальных офисах.

4) предлагаются услуги *он-лайн здравоохранения*: консультирование по видеосвязи, видеотрансляция операций, компьютерная диагностика, что приводит к снижению издержек и колоссальной экономии в системе здравоохранения, к повышению качества и эффективности работы на первичном уровне

5) разрастается *виртуальное пространство* в системе образования: дистанционное образование, он-лайн технологий, мультимедиа, электронный дневник, система контроля за ребенком, задания по Интернет, онлайн-тестирование. В будущем – образование для взрослых.

2. *Формирование открытых глобальных рынков и либерализации торговли*

Глобализацию как усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер и процессов мировой экономики выражается в постепенном превращении мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний, в стремительном росте объемов и мирохозяйственных связей⁵³. Расширяются границы национальных рынков, что способствует ускоренной циркуляции потоков товаров, услуг, денег, информации и людей.

Для глобализации характерны следующие процессы:

- Формирование глобальной инфраструктуры;
- Интернационализация производства и потребления;
- Увеличение масштабов международной миграции рабочей силы;
- Растущее воздействие производства и потребления на окружающую среду.

Благодаря техническому прогрессу в области транспорта и связи, а также открытость стран по отношению к торговле и потокам капитала, придали рынкам более глобальный

⁵³ *Шиховец В.В.* Трансформация функций домохозяйств в условиях глобализации – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008. – с. 52.

характер. Доля мировой торговли в экономике в настоящее время превышает 35%, что в шесть раз больше, чем 1900 году⁵⁴ (рис. 1-3)

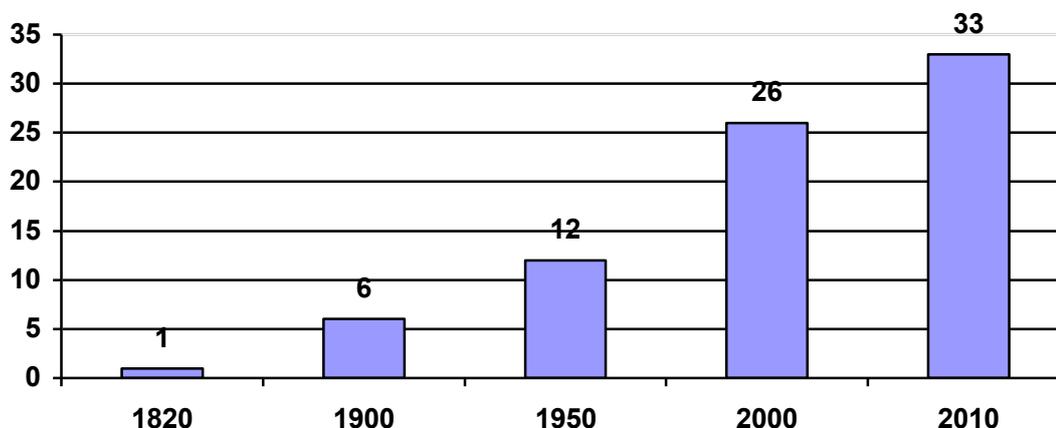


Рис.1-3. Доля мировой торговли в мировом ВВП, %

Растет потенциал доступа на зарубежные рынки: чем прозрачнее границы между странами, тем более выгодно для потребителей. По данным ОЭСР за 2010 год объем международной торговли товарами за период с 1995 г. по 2007 г. увеличилась с 5,2 трлн. долл до 14,1 трлн.долл., оборот услуг на мировом рынке за этот же период вырос с 1,3 до 3,1 трлн. долл. в год⁵⁵. Всемирный банк прогнозирует, что в ближайшие пятнадцать лет объем глобальной экономики увеличится до 72 трлн. долл., при этом оборот мировой торговли товарами и услугами может вырасти к 2030 году более, чем втрое – до 27 трлн. долл. в год.

Транснациональное перемещение капитала также становится мощным фактором развития мировой экономики и торговли. В настоящее время глобальный объем финансовых операций превышает товарооборот двадцать к одному.

Более того, глобализация ведет к рационализации цепочек снабжения, влияет на географию инноваций⁵⁶:

1. Расширяется уровень технологической зрелости (например, Южная Корея опережает многие развитые страны)
2. Происходит постоянный поиск технологических инноваций, ориентированных на потребителя;
3. Облегчается взаимодействие по всему миру, с помощью инструментов Сети.

⁵⁴ Новый взгляд на экономическую географию. Доклад о мировом развитии. 2009. – М.: Весь мир, 2009. - с. 13; Данные : ОЭСР, 2013

⁵⁵ Consumer Policy Toolkit. – OECD Publishing, 2010

⁵⁶ *Танскотт Д., Ульямс Э.* Викиномика. – М., 2011. – с. 94.

В русле мировых тенденций развивается российский потребительский рынок, который в большей степени, чем другие рынки (труда, капитала, земли) является конкурентным. Положительным результатом можно считать появление принципиально нового для россиян ассортимента товаров и услуг, устранение тотального дефицита. В значительной степени расширилась потенциальная свобода выбора потребителя, улучшилось качество обслуживания населения. Обновление потребительского рынка способствовало формированию адекватной современным потребностям структуры личного потребления. Одновременно расширился спектр банковских и других финансово-кредитных услуг для населения. Отмечается и повышение общей культуры потребления. Продажа новинок на рынке происходит почти синхронно во всех странах.

3. Рост роли потребительских услуг в экономической деятельности

В начале двухтысячных годов в ведущих экономиках мира сфера услуг выросла в крупнейший сектор национального хозяйства: суммарная доля транспорта, связи, оптовой и розничной торговли, кредитно-финансовых учреждений, страхового бизнеса, бытовых, деловых и социально-культурных услуг достигла 70-80% ВВП, и составила 63%-75% от общей численности занятых в экономике и превысила 50% общего объёма капиталовложений⁵⁷ Аналогичная ситуация складывается в российской экономике, где сфера услуг обеспечивает 62,4% ВВП⁵⁸.

За последние десятилетия в развитых странах занятость возросла практически во всех отраслях сферы услуг, но особенно быстрым этот процесс был в образовании, здравоохранении, юридических и бизнес-услугах. Расходы на образование в развитых странах мира в последние годы варьировались в пределах 4,9%-7,1% ВВП, на здравоохранение 7,2%-14,2%. Доля расходов на здравоохранение в государственном бюджете за 1985 — 1995 гг. выросла в США с 4,3% до 6,6%, Германии - с 6,6% до 8,2%, во Франции - с 6,5% до 7,7%, Великобритании - с 5,0% до 5,9%, Японии - с 4,7% до 5,7% .

В современных условиях наблюдается рост потребности населения в услугах, что обусловлено прогрессивной полью этой сферы в развитии человека. Доля затрат на услуги в сумме потребительских расходов домохозяйств за 1985-2000гг. повысились в США с 51 до 59%, во Франции - с 38% до 47%, Великобритании - с 39% до 48%, Японии - с 51 до 58%. Диверсификация потребительского спроса, в развитых странах обеспечивает 50%-80% прироста услуг в ВВП. За аналогичный период экспорт услуг из развитых стран увеличивался вдвое быстрее, чем товаров, их доля в стоимости совокупного экспорта увеличилась до 25%. Объём

⁵⁷ Тамбовцев В.П. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. - М.: Изд-во МГУ, 1993. - 127 с

⁵⁸ Росси в цифрах.. 2013.- М.. с. 192

экспорта услуг в мировой торговле сравнялся с объемам товарного экспорта. В развитых странах этот показатель увеличился с \$99 млрд . в 1980 до \$500 млрд в 2005 году. Доля деловых услуг из развитых стран выросла за этот период с 28% до 44%

4. *Совершенствование системы регулирования потребительских рынков*

Развитие потребительских рынков сопряжено как с положительными, так и с отрицательными тенденциями. Нарастание мошенничества и манипуляций в производстве и торговле породило движение консьюмеризма⁵⁹. Во многих странах на государственном уровне приняты законы, защищающие права потребителей и регламентирующие деятельность предприятий в этой области. В США такой закон принят в 1960 году, В России – в 1992 году⁶⁰. Развивается и совершенствуется нормативно-правовая база регулирования потребительского рынка. Законодательно закреплены следующие права потребителей:

- *Право на безопасность продукции* – защита от изделий и услуг, ненадлежащего качества и опасных для здоровья и жизни.
- *Право на информацию* – обеспечение сведениями, необходимыми для информированного выбора, полная маркировка
- *Право на компенсацию* – гарантия надлежащего и справедливого возмещения убытков, учет интересов потребителей при разработке государственной политики регулирования рынков.
- *Право выбора* – гарантированный доступ к разнообразию изделий и услуг при конкурентных ценах.
- *Право на экологически чистую среду* - снижение уровня загрязнения окружающей среды отходами
- *Право на защиту интересов* – предотвращения недобросовестной практики в отношении каких-либо групп, отсутствие дискриминации (ценовой, гендерной, расовой и т.д.) при покупке товаров и услуг.

Нечестная коммерческая практика, мошенничество, низкое качество, игнорирование жалоб потребителей, загрязнение окружающей среды и другие негативные действия рассматриваются как прямое нарушение законных прав. Активно развивается этическое потребление

5. *Снижение бедности и рост благосостояния населения в мире*

⁵⁹ Консьюмеризм (от англ. *consumer*) - общественное движение за качественные товары и услуги и защиту прав потребителей. Однако в последнее время получило отрицательную коннотацию как общество перепотребления.

⁶⁰ ФЗ «Закон о защите прав потребителей». – М.: Кодекс, 1992

Глобализация обогатила мир в плане науки и культуры, а также способствовала экономическому процветанию многих регионов, оказала положительное влияние на экономический рост и занятость. Глобализация формирует колоссальный потенциал, позволяющий искоренить нищету и бедность в наступившем столетии. Такой оптимизм объясняется значительным увеличением благосостояния, вызванным глобализацией. В сегодняшних условиях средняя семья в мире имеет доход в 3 раза больше, чем 50 лет назад. Если раньше отмечался качественное изменение структуры доходов, то в ближайшем будущем показатель перейдет в количественную плоскость⁶¹.

Эксперты утверждают, что за последние двадцать лет в Индии число людей, живущих за чертой бедности, сократилось с 39 до 26 процентов, в Азии в целом наблюдается подобное улучшение уровня жизни. По данным международных исследований, в 2008 году 15% населения Восточной Азии вынуждено обходиться 1,25 долларом в день, хотя десять лет назад данный показатель составлял 27% её населения. Всемирный банк прогнозирует, что к 2030 году численность наиболее бедных в мире сократится с 1,212 млрд. до 627 млн. человек (см. табл. 1-4) Отсюда закономерно возросший спрос на продукты питания. Основными потребителями в перспективе будет особая группа лиц с покупательной способностью от 4 тыс. до 20 тыс. долл. в год, которая даст импульс развитию экономики и общества не за счет больших сумм доходов, а благодаря своей массовости.

Таблица 1-4

Число людей, живущих в крайней бедности (млн. чел), по регионам мира, в 2010 и 2050 гг.

Регион или страна	2010	2020	2030	2040	2050, базовый сценарий	2050, ускоренный прогресс
Арабские государства	25	19	17	16	17	1
Восточная Азия и Тихоокеанский регион	211	74	42	29	29	9
Китай	94	13	5	1	1	0
Европа и Центральная Азия	14	2	3	3	4	1
Латинская Америка и страны Карибского бассейна	34	29	26	27	32	13
Южная Азия	557	382	243	135	81	13
Индия	416	270	134	53	21	2
Страны Африки к югу от Сахары	371	333	297	275	267	60
Мир в целом	1 212	841	627	485	430	96

Примечание. Крайняя бедность определяется из расчета 1,25 \$ в день по паритету покупательной способности. Обсуждение базового и ускоренного сценариев см. в *Техническом приложении*.

Источник: расчеты ОДЧР на основе Pardee Center for International Futures (2013).

⁶¹ *Жадан И.* Планетарная модель экономики благосостояния в России. – Саратов, 2010. – с. 79

Все выделенные предпосылки служат движущими силами трансформации потребления в информационной экономике и приводят к изменению технологии организации жизни, экономического поля деятельности потребителей, существенно преобразуя *пространственно-временные координаты* потребления:

Содержание и формы жизнедеятельности человека опосредованы пространственно-временным континуумом социально-экономических отношений. Пространство и время есть фундаментальные материальные измерения человеческой жизни. Гипотеза Кастельса⁶² состоит в следующем: *в сетевом обществе пространство организует время*. Пространство и время трансформируются под совместным влиянием информационно-технологической парадигмы и социальных форм и процессов, вызванных процессом исторических изменений. Пространство есть *выражение* общества. Пространство есть кристаллизованное время⁶³ Д.Харвей характеризует глобализацию как процесс компрессии времени и сжатия пространственных дистанций⁶⁴.

Информационная экономика меняет пространственно-временные координаты потребления: с одной стороны, безгранично расширяется пространство реализации отношений потребления лимитированное временем, с другой стороны, ускоряется во времени реализация отношений потребления в безграничном пространстве. Время есть пространство развития человека.

Влияние информационных технологий на потребление домохозяйств проявляется в нескольких аспектах:

- *Пространственное* изменение повседневной жизни (пространственное рассеяние (расширение и дезинтеграция городов), концентрация посредством технологий, рост мобильности людей, ускорение циркуляции человеческих потоков, свобода выбора в организации работы и социальных сетей, публичные места (торгцентры, стадионы, парки) становятся уникальными, многофункциональными.,
- *Временные* изменения (время более гибкое, ускорение транзакций (электронная запись ко врачу, запись по телефону в парикмахерскую, покупка авиа и ж,д билетов), сжатие времени из-за новой сетевой организации, интерактивность,

⁶² Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. О.И.Шкаратан. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.. с. 354

⁶³ Там же, с. 385

⁶⁴ Harvey D. The Condition of Postmodernity. - Oxford, 1989.

Пространственная (эндемические) особенности трансформации потребления

Новая глобальная экономика и возникающее информационное общество имеют новую пространственную форму, развивающуюся в разных социальных и географических контекстах, - мегаполисах (сверхгорода), так называемых узлах глобальной экономики.

Процессы пространственной трансформации весьма сложный процесс, проявляющийся в децентрализации городов, лишении их функциональной необходимости, неизбежности мегапробок. Новое общество, основанное на знании, организовано вокруг *сетей* и частично создано из потоков. Формируются новые формы жизни и пространства. М.Кастельс отмечает, информационный город – это не форма, а процесс, характеризующийся структурным доминированием пространства потоков⁶⁵

В качестве общей характеристики информационной экономики можно отметить нелинейность экономического пространства:

- потеря адекватности объекта;
- несводимость интересов экономических субъектов;
- неэквивалентность экономических измерений.

Пространство потребления – эндемические границы потребления, качественно новые места потребительской деятельности, территориально неограниченная потребительская инфраструктура. Пространство есть преобразование искусственно созданного потребительского ландшафта. В новой экономике развивается умная архитектура, электронные коттеджи, интеллектуальная и облагороженная реальность, комфортная для жизни. Например, Голландия, Япония – мало ресурсов, эффективное использование для производства и потребления.

Ученые отмечают, что поразительная черта современного города изобилие, нагромождение предметов. Магазин – геометрическое место изобилия. Люди в обществе изобилия окружены объектами потребления⁶⁶. Человек становится функциональным подобно вещам. *Дрогстор* (коммерческий центр) создает возможность связи различных форм потребительской деятельности, предполагающей комбинирование возможностей, представляет собой не различные категории товаров, а сочетание знаков всех категорий благ как единой целостности⁶⁷. Товары *культуризованы*, трансформированы в другую в игровую и отличительную субстанцию, в аксессуар роскоши, элемент общей коллекции. Местом *потребления становится повседневная жизнь* как система интерпретаций.

⁶⁵ Кастельс М. Указ соч. С. 374

⁶⁶ Goldsmith R., Hofacker C. Measuring Consumer Innovativeness // Journal of the Academy of Marketing Science, № 6, 1991. - pp. 209-221

⁶⁷ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фран. Е.А.Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. - с. 8

Воздействие информационных технологий на пространственное измерение повседневной жизни и потребления: неоднозначное - одновременное пространственное рассеяния и концентрации. Развитие электронных коммуникационных и информационных систем позволяет уменьшать зависимость между пространственной близостью и выполнением функций повседневной жизни: работой, покупками, развлечениями, заботой о здоровье, образовании, коммунальными услугами, надзором за детьми и т.д.⁶⁸. Новые технологии в сочетании с новыми институциональными условиями: телекоммуникационной, компьютерной, банковской и др. сетями, создают возможности быстрого перемещения информации и денежных ресурсов по всему миру независимо от расстояний. Этому же способствует увеличение скоростей транспортных средств и развитие конвенциональных транспортных сетей⁶⁹. Благодаря ИКТ расширяется пространство потребления особенно информационных благ, оно становится повсеместным (дом, работа, прогулка, проезд до работы).

По данным Европейского фонда улучшения жилищных условий, начиная с 90-х годов, люди все чаще работают и управляют услугами из дома. Таким образом, центральная роль дома - «*домоцентричность*» является важной тенденцией в новом информационном обществе⁷⁰. Наблюдается тенденция миграции бизнеса «с работы домой». Причина тому, цифровые технологии, которые позволяют снижать затраты практически до нуля, ликвидируют барьеры входа на рынок. Как отмечают Камрасс Р. и Фарнком М., предстоит переход от монолитных, замкнутых собственными границами организаций, взирающих сверху вниз, к сети атомических единиц, пребывающих в непрерывном процессе формирования новых отношений, и создающих рыночную стоимость снизу вверх, что меняет представления об управлении ресурсами⁷¹.

В середине прошлого века западные страны переходят в новую общественную формацию – общество потребления. С этих позиций потребление рассматривается как принцип общественного устройства, детерминанта и опосредующее звено социогенеза⁷².

Российское общество до последнего времени принято маркировать как переходное, транзитивное, в целом индустриальное, но с элементами постиндустриального развития в мегаполисах. Современное состояние отечественного социума, экономики и культуры включает

⁶⁸ *Кастельс М.* Указ соч. С. 370.

⁶⁹ *Назарчук А.В.* Этика глобализирующегося общества. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2002. – С. 208.

⁷⁰ *Кастельс М.* Указ соч. – с. 373.

⁷¹ *Камрасс Р., Фарнком М.* Алхимия корпорации. - М.: Секрет фирмы, 2005.

⁷² *Овруцкий А.В.* *Овруцкий А.В.* Социальная философия потребления: методологические и теоретические аспекты. - Ростов-на-Дону, 2010 - с. 6.

в себя как элементы старого состояния, так и новые, свойственные современным западным обществам⁷³. Исследователи отмечают, что темп социально-экономических преобразований в России чрезвычайно высок, поэтому применение моделей, разрабатываемых для западного общества, к российской действительности является вполне уместным. Более того, у России появляется шанс оптимизировать свою национальную модель развития с учетом ментальных, социальных, экономических негативных последствий развития социально-экономической системы, используя гуманитарные технологии для соответствующей коррекции. В последние годы наблюдается быстрое формирование информационной экономики и общества потребления в мегаполисах страны, тогда как другая часть России с трудом осваивает «потребительский модерн».

Пространственная организация имеет особое значение для стран с большой территорией, как Россия, где особенно проявляется социальное и экономическое неравенство регионов и территорий, существенна этническая неоднородность населения. Кульков В.М. выделяет ряд причин разнородности экономического пространства страны: огромная географическая площадь (1 место в мире), гигантское разнообразие естественных условий (природных, климатических, ресурсных и т.д.), множество национально-автономных образований, и как следствие, разная степень рыночного и трансформационного продвижения⁷⁴.

Н.Зубаревич⁷⁵ на основе выделения центрo-периферийного критерия, построенного на иерархической системе населенных мест: от городов-миллионников к крупным городам, затем к малым и сельской периферии, выделяет «три России» с разным уровнем и скоростью модернизации и освоения новых моделей жизнедеятельности:

«Россия-1» – города с численностью населения свыше 0,5 млн. чел;

«Россия -2» - города от 50 тыс. до 500тыс. жителей;

«Россия-3» – малые города, поселки и сельские территории, где границы условны.

Выделенные группы примерно равны по численности и концентрируют по трети населения страны (рис.1-4.)

⁷³ Овруцкий А.В. Указ соч - с. 6.

⁷⁴ Кульков В.М. Пространственная экономика как объект научного анализа и инновационного приложения // Инновационное развитие экономики России : региональное разнообразие. Т. 1. – М.: РГ- Пресс, 2013. – с. 65-71

⁷⁵ Зубаревич Н. Социальная дифференциация регионов и городов // Pro et Contra. – Июль-Октябрь. - с. 139-140

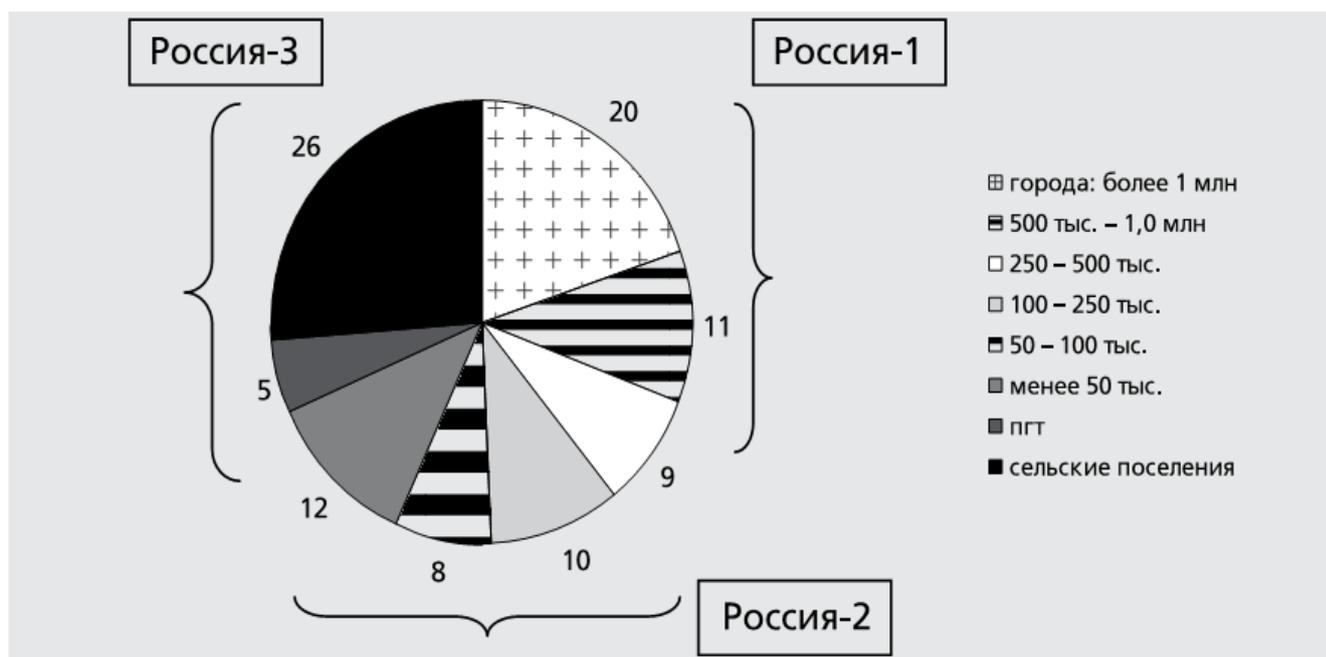


Рис. 1-4. Распределение населения России по городам и сельским поселениям, (по итогам ВПН-2010)⁷⁶

Местоположение и размер территорий имеет важное значение, поскольку концентрация и агломерационный эффект ускоряют процессы модернизации и информатизации. Зубаревич Н. отмечает, что города–миллионники в первую очередь осваивают столичные модели потребительского поведения, несмотря на более низкие доходы примерно в 1,5-2 раза. Развитие обеспечивает определенной местности возможности использовать экономические преимущества от растущей концентрации производства и получать выгоды от выравнивания уровня потребления.

Однако существуют факторы, тормозящие становление информационного общества. По такому потребительскому параметру как уровень урбанизации (доля городского населения), наша страна сильно отстает от западных государств. В России 15 городов-миллионников, из них 11 не достигает численности двух млн. человек (табл. 1-5.). В США таких городов 30, в том числе 14 из них имеют численность свыше 2 млн. чел., а восемь - свыше 3 млн. чел.

⁷⁶ Зубаревич Н. Указ. соч.- с. 140

Российские города с численностью населения 1 миллион и более человек, (тыс. человек)

Показатели	2002	2010	2011	2012
1. Москва	10126	11503	11857	11980
2. Санкт-Петербург	4661	4880	4953	5028
3. Новосибирск	1426	1474	1499	1524
4. Екатеринбург	1294	1350	1378	1396
5. Нижний Новгород	1311	1251	1255	1260
6. Казань	1105	1143	1161	1176
7. Самара	1158	1165	1169	1172
8. Омск	1134	1154	1157	1161
9. Челябинск	1077	1130	1143	1156
10. Ростов-на-Дону	1068	1089	1096	1104
11. Уфа	1042	1062	1072	1078
12. Волгоград	1011	1021	1019	1019
13. Красноярск	909	974	997	1016
14. Пермь	1002	991	1001	1014
15. Воронеж	849	890	980	1004

Источник: Россия в цифрах, 2013. – с.93

В целом удельный вес городского населения в России (73%) ниже⁷⁷, чем в таких странах, как Швеция (86%), Канада (87%), США (85%) и других. Ученые делают вывод, что для ускоренного развития информационной экономики и социальной модернизации доля населения в сельских районах России должна снижаться быстрее (рис. 1-5).

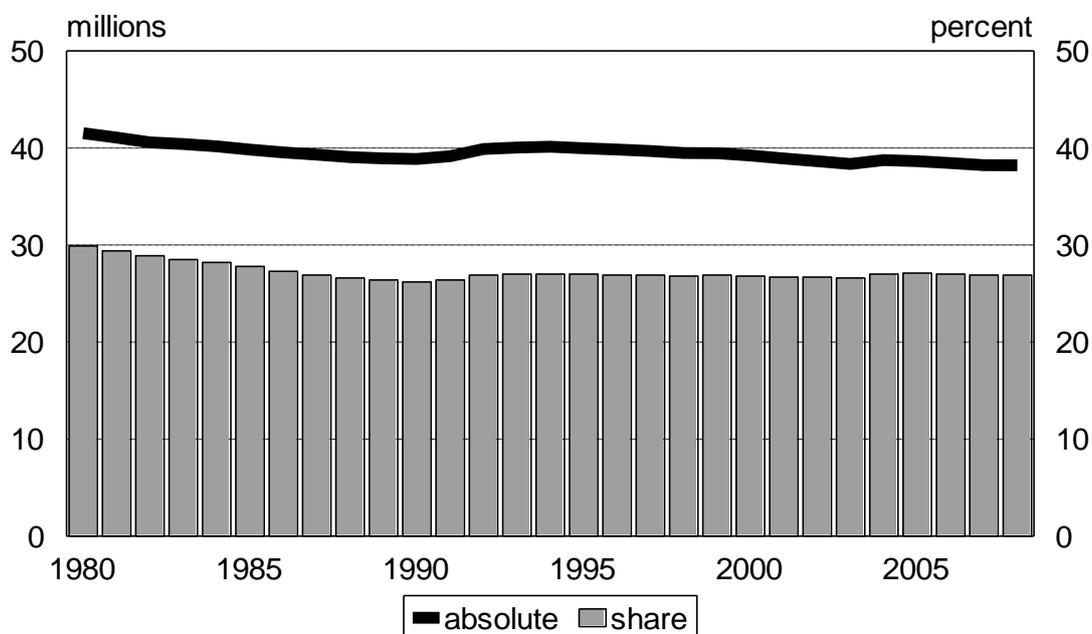


Рис. 1-5. Динамика доли российского населения в сельских районах

⁷⁷ Итоги Всероссийской переписи населения России. ВВП -2010. – М. Росстат, 2012.

Эксперт МВФ П.Гилл отмечает следующие негативные тенденции для российской экономики⁷⁸ .:

- Уровень мобильности среди россиян один из наиболее низких в мире:
 - американцы меняют место жительства 12-14 раз на протяжении жизни; австралийцы – 13-15 раз
 - россияне 1-2 раза.
- В США в 2008 г. поменяли место жительства 35 млн. человек
 - За год переезжают 14% всех американцев; в Австралии этот показатель составляет примерно 18%.
 - В России он составляет около 1%
- Уровень мобильности населения в России снижается:
 - В 1990-е годы - 3%, а в 2000-е гг. – только 1,5%
 - За период с 1996 по 2004 гг. мобильность населения в возрасте от 15 до 24 лет сократилась на 43%.

Россияне становятся менее мобильными с точки зрения внутренней миграции, что затрудняет выравнивание жизненного уровня и потребительских стандартов.

Однако проекты ускоренной урбанизации имеют серьезных противников. Э.Шумахер⁷⁹ критикует пространственную концентрацию, особенно в развивающихся странах. Миграция бедного населения из сельскохозяйственных территорий в города за более высоким уровнем жизни приводит к образованию дуальной экономики (*dual economy*): с одной стороны, наблюдается опустошение деревень и земель, с/х и мелкое фермерское производство впадают в кризис; с другой – столичные города обрастают трущобами. Уровень жизни не выравнивается, а напротив поляризуется: богатые жители используют лучшие стандарты потребления западного образца, тогда как основная масса людей испытывает крайнюю нищету. Аналогичные процессы в российской экономике выделяет С.Слепаков: в столичных городах расширяется дефицит жизненного пространства проживания (мегапробки, перенаселение, небоскребы и т.д.), на другом полюсе – *девогация*, проявляющаяся в опустошении земель, неэффективности и нежизнеспособности малых городов и сельских поселений.

По мнению Логанова А.В. Россия находится на этапе вхождения в общество потребления, и этот процесс характеризуется высокой скоростью продвижения, а также

⁷⁸ Гилл И. Что не так с российской экономикой? – Всемирный банк, 2010.

⁷⁹ Шумахер Э. Малое прекрасно.. Экономика, в которой люди имеют значение / Перев. с англ. Д. Аронсона. – М.: ГУ ВШЭ, 2012 – 362 с.

стратификационным и идентификационным кризисом.⁸⁰ Отмечается наличие серьезных проблем в сфере потребления, негативно влияющих на сознание и поведение человека.

Сложившаяся ситуация обостряет существующие ментальные и социальные противоречия центра и провинции, старых и новых экономических укладов, полярных типов потребительских групп, и требует глубокого исследования феномена потребления, факторов его развития в информационной экономике и коррекции многочисленных дисфункций.

Темпоральные (временные) особенности трансформации потребления

В экономике фактор времени является чрезвычайно важным, многие экономические процессы и явления содержат временную компоненту: ожидания, перспективы, планирование, прогнозирование, динамика, режим труда, производительность, экономия времени, цикличность, периодичность и т.д.

Информационная экономика во временном аспекте имеет следующие характеристики: динамизм, ускорение, компрессия, уплотнение, гибкость, лимитированность, темпорализация и др. Сжатие времени является обратной стороной уплотнения пространства. Сокращается время для сложных пространственных действий. Каждая единица времени уплотняется, наполняется многократно возрастающим количеством деятельности, что приводит к существенному повышению *ценности* времени, Парадокс современной эпохи: время, а не деньги – становятся самым дефицитным ресурсом информационной экономики.

В новых условиях особенно сильно проявляется зависимость человека от времени, особенно остро данная проблема ощущается в условиях нестабильности. В ситуации неопределенности наблюдается установка на ожидание возникновения в ближайшем будущем только негативных событий, проявляется так называемый *синдром футуришока* – страха перед будущим⁸¹. В работах Г.Селье отмечается, что многие люди охвачены данным синдромом, следствием которого является потеря адекватной ориентировки во времени и окружающей среде, что приводит к безотчетному страху, стрессам и немотивированным поступкам⁸². Техногенный мир деформирует сознание человека, нарушая его душевное равновесие. Внутренний протест против этого выплескивается в окружающий мир и, сказывается на поведении человека.

С другой стороны, время является всеобщим человеческим опытом. Динамизм 21 века ставит задачу овладения временем, а достижения науки и техники создают для этого

⁸⁰ *Логунов А.В.* Престижное потребление в системе символического обмена и конструирования социальной идентичности в трансформирующемся российском обществе: дис. канд. социол. наук. - Владивосток, 2003.

⁸¹ *Болотова А.К.* Человек и время в познании, деятельности, общении. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – с. 6.

⁸² *Селье Г.* Стресс без дистресса. – Рига, 1992.

необходимый базис. По выражению А.Болотовой, действительность приобретает новую временную размеренность⁸³. Сжатие времени по причине сетевой организации выражаются в более высокой концентрации рынков и в большей физической мобильности рабочей силы⁸⁴. Наблюдается компрессия времени: переворот в ручном труд занял около века, новая экономика, по утверждению И.Питерса, будет установлена за 1/10 этого времени, т.е. за десять лет. В этой связи практическая значимость исследования времени заключается в реализации деятельности по организации, управлению и использованию времени, по рациональному соотношению и эффективному использованию времени труда и времени потребления.

Время потребления - темпоральные границы процесса потребления, в течение которых проявляется потребительской активностью, происходит удовлетворение потребностей.

Темпоральные изменения потребления под влиянием информационных технологий обусловлены тремя тенденциями. *Первая тенденция* – благодаря информационным технологиям повышается производительность, вследствие чего изменяется *структура времени деятельности, перераспределяется бюджет времени*: сокращается рабочее время оплачиваемого труда, увеличивается свободное время, которое условно можно приравнять ко времени потребления.

Например, рабочее время в странах ЕС не более 35 часов в неделю, при максимальных сверхурочных 13 часов. Найти баланс между работой и личной жизнью - непростая задача для всех работающих людей, но особенно для родителей. Некоторые семьи хотели бы иметь (больше) детей, но не видят возможности перестать работать, бывает и обратная ситуация. Отсутствие желаемого баланса между работой и личной жизнью, временем труда и временем потребления, не только ведет к понижению уровня благосостояния отдельных семей, но и негативно влияет на развитие страны в целом.

Люди тратят от одной десятой до одной пятой части своего времени на неоплачиваемый труд. Распределение обязанностей внутри семьи все еще происходит под влиянием гендерных ролей: как правило, мужчины тратят больше времени на оплачиваемую работу, а женщины - на неоплачиваемый домашний труд. Тот факт, что у женщин меньше часов уходит на оплачиваемую работу, не говорит о том, что они тратят больше часов на отдых. Так, в США мужчины тратят 154 минуты в день на приготовление пищи, уборку или уход за детьми, что является более высоким показателем, чем в среднем по странам ОЭСР (131 минута). Однако женщины тратят больше времени на домашнюю работу - 258 минут в день. В США, как мужчины, так и женщины посвящают около 14 часов в день уходу за собой и отдыху.

⁸³ Болотова А.К. Указ. соч.. – с. 25

⁸⁴ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура - М, 2000. – с. 371.

Еще одним важным аспектом баланса между работой и личной жизнью является количество времени, которое тратится на работу (см. табл. 1-6).

Таблица 1-6

Показатели баланса работы и личной жизни по странам					
Показатели	Россия	США	Канада	Германия	Норвегия
Кол-во часов работы в год	1981	1787	1702	1413	1426
Сверхурочная работа, % населения	0,2	11	4	5	3
Кол-во времени на неоплачиваемую работу (в минутах),					
• Мужчины	105	154	146	164	152
• Женщины	294	258	248	269	225
Кол-во времени на уход за собой и отдых	14,8	66% 14,3	64% 14,3	68% 15,3	67% 14,9

Примечание. Составлено и рассчитано автором по материалам: ОЭСР, 2013
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/> (Дата обращения 5.11.2013)

Результаты исследований доказали, что сверхурочная работа отрицательно влияет на состояние здоровья, угрожает безопасности и повышает уровень стресса. В странах ОЭСР количество людей, работающих более 50 часов в неделю, невелико. В США 11% работников по найму трудятся сверхурочно, что выше среднего показателя по странам ОЭСР - 9%. В целом мужчины тратят больше времени на оплачиваемую работу. Чем больше человек работает, тем меньше времени тратится на другие виды деятельности, такие как общение или отдых. Количество и качество времени, отведенного на отдых, очень важно для общего состояния человека. Достаточное количество времени, отведенное на качественный отдых, способствует улучшению физического и психологического состояния.

Фундаментальные изменения в традиционной экономике вызывают глубокие изменения временной структуры жизни, состава и баланса типов деятельности:

- 1) Меняется *количества времени*: сокращается время труда, необходимое для удовлетворения базовых потребностей человека, растет время досуга (время потребления), причем в разы, а не на проценты
- 2) Меняется *качество времени*, отводимого на труд: если он монотонный, нудный – человек деградирует, если труд творческий, интересный, - напротив, развивается.
- 3) Меняется качество досуга, отводимого на потребление, становится разнообразным по содержанию, насыщенности, альтернативности.

Курс новой экономики - повышение качества личного времени человека. Предпосылкой достижения такого времени служит свобода индивида выбирать и функционировать во всей полноте своих способностей⁸⁵.

В информационной экономике совмещается время потребления и время труда, особенно у лиц, занятых умственным и творческим трудом. Это связано с тем, что информационные технологии заполняют деятельностью по переработке информации все временное пространство человека.. Свободное время для всех членов общества из времени чистого досуга превращается в период все более длительного обучения, непрерывного образования и самообразования, переквалификации на протяжении всего жизненного цикла⁸⁶.

Вторая тенденция - меняется *ежедневный жизненный цикл* человека, стираются границы времени труда и времени потребления (отдыха). Меняется структура использованного времени. Изменение пространственно-временных параметров связано с нарушением привычного ритма и темпа жизни, её размерности во времени, привычном пространстве. В этих условиях у человека возникает потребность осознания, принятия и освоения новых временных механизмов кардинальных жизненных перемен, что вызвано изменением временных циклов, т.е. последовательности смены событий, их длительности и скорости, а также сужением временных перспектив, низкой продуктивностью принятия личного опыта в прошлом и настоящем.

Фазы жизни человека строго определены биологической природой человека. Жизнь человека конечна, а её продолжительность зависит от многих факторов, включая экономические (условия труда, обеспечение благами, наличие жилья и т.д.). В информационной экономике увеличилась скорость развития, которая делает время и доступ к благам важным лимитирующим параметром существования конкретного индивида, определяя его потребности и предпочтения. Э. Тоффлер отмечает, что в условиях непрерывного движения от работы к работе, от одного места жительства к другому, человек теряет способность самостоятельно мыслить. Ускорение темпа жизни затрудняет построение транспектив, то есть временной перспективы жизненных достижений.

Динамизм жизни приводит к повышению стрессовогенности и другим негативным последствиям (ожирение, невроз, анорексия, курение, алкоголизм, наркомания и т.д.). Нехватка времени - психологическая болезнь 21 века. Можно сделать предварительный вывод: избегание негативных ситуаций напряжения и стрессов приводят к росту потребительской активности как механизму снятия эмоционального и психологического дискомфорта.

⁸⁵ Долгин А.Б. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. - М.: ГУ-ВШЭ, 2010.

⁸⁶ Демина В.В. Трансформация социально-экономического содержания рабочего и свободного времени в постиндустриальной экономике: автореф. дисс.. - М. 2011. - с.21

Третьей важнейшей тенденцией XX века в мировом масштабе является увеличение продолжительности жизни под влиянием НТП и развития новых технологий в медицине, нано- и биотехнологиях. Демографическая революция, или демографический переход, имеют серьезные глобальные последствия для развития человечества. На протяжении последнего столетия происходит трансформация возрастной структуры населения планеты, известная как «демографическое старение». Смысл глубинных демографических перемен, сформулировал известный российский демограф А.Вишневский: переход от равновесия высоких к равновесию низких смертности и рождаемости, что автоматически приводит к перестройке возрастной пирамиды, соотношения ее нижней и верхней частей⁸⁷.

С 1970 по 2012 гг. населения мира увеличилось вдвое с 3,6 млрд. до 7 млрд. человек. По мнению ученых, по мере повышения уровня образования людей темпы роста численности народонаселения замедлятся, но при этом существенно изменится возрастная структура населения. Население стареет быстрее, чем в прошлом, при этом снижается рождаемость и растет продолжительность жизни. В экономически развитых странах удвоение доли пожилых людей с 7% до 14% к концу века происходило следующими темпами: во Франции более ста лет, в Швеции – 85, в США – 69 лет⁸⁸. (рис.1-6)



Рис.1- 6. Глобальная трансформация возрастного состава населения

⁸⁷ Вишневский А. Пенсионная реформа: на стыке экономического и демографического / Материалы 14 Международной конференции по проблемам развития экономики и общества. – М.: ГУ-ВШЭ, 2013.

⁸⁸ Доклад о человеческом развитии 2013/.Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. – ПРООН, 2013. – с.6 www.hdr.undp.org

В России этот процесс идет медленнее по разным причинам, но общий тренд сохраняется, т.е. окно возможностей получить демографический дивиденд от преобладания населения в трудоспособном возрасте сокращается.

При увеличении общей продолжительности жизни с 30 до 75 лет (в 2,5 раза), совокупное время, прожитое в средних возрастах, увеличивается тоже в 2,5 раза, в возрасте до 20 лет - всего в 1,6 раз, зато в возрасте 65 лет и старше – в 8-9 раз. При переходе от прежней к новой возрастной пирамиде выигрывают все возрастные группы, но особенно – старшие (см. рис.1-7).

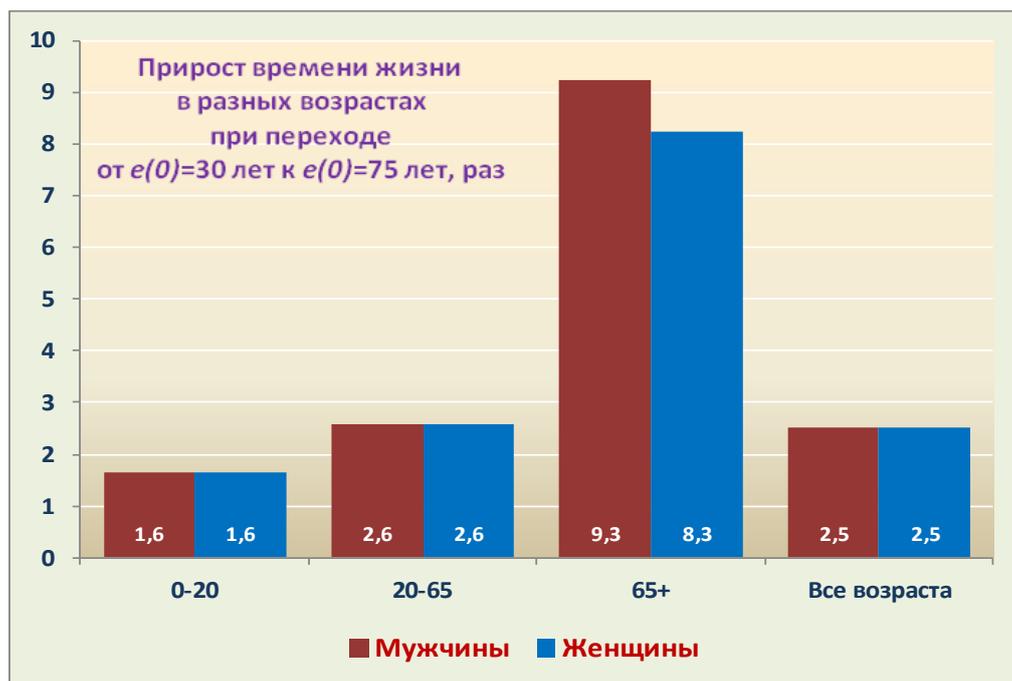


Рис.1-7. Прирост времени жизни в разных возрастных группах

Демографы отмечают, несмотря на огромные изменения в распределении населения по возрасту, снижение доли детей и роста доли пожилых, доля средней группы, в которую не входят до- и после рабочие возраста, практически не изменяется.

Соответственно, совокупная нагрузка на население в рабочих возрастах до и после перехода различаются не очень сильно, хотя составляющие этой нагрузки изменяются: резко увеличивается нагрузка пожилыми и сокращается нагрузка детьми. И тех, и других содержит трудовое активное население, однако в социальной теории между содержанием детей и пожилых проводится различие, для которого есть практические основания, но, возможно, нет теоретических. Явное наблюдаемое различие заключается в том, что в современных условиях детей содержат родители, а пожилых – государство.

Контроль над биологическими и социальными факторами, которые прежде ограничивали рост продолжительность жизни, одновременно открывает путь и кардинальному улучшению состояния здоровья населения, в конечном счете, – к замедлению биологического

старения. Увеличивается не только общая продолжительность жизни, но и продолжительность здоровой жизни. Люди не просто живут дольше, они доживают до более поздних возрастов в лучшем состоянии, параллельно старению населения идет и его омоложение, то есть отодвигаются сами границы старости. Это приводит к изменению *всего жизненного цикла людей*, появляются объективные основания для удлинения периода их трудовой активности, во многих странах это и происходит, Россия скорее является исключением.

Согласно докладу Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), несмотря на некоторые позитивные изменения последних лет, по ожидаемой продолжительности жизни при рождении Россия находится на последнем месте в Европе (см. рис.1-8)⁸⁹.



Рис.1-8. Ожидаемая продолжительность жизни

Динамика ожидаемой продолжительности жизни в старших возрастах, вблизи границ пенсионного возраста, еще хуже, чем динамика этого показателя для новорожденных: провалы глубже, а возвращение к некогда достигнутым, но низким по мировым стандартам показателям, идет медленными темпами. По перспективам дожития сегодняшнему 58-летнему россиянину соответствуют 68-70-летние японцы, американцы или немцы. Россиянки в 67 лет соответствуют 75-летним японкам или 74-летним французенкам⁹⁰ Вопрос об ожидаемой продолжительности здоровой жизни – это отдельная тема, слабо изученная в российской науке, хотя весьма актуальная, с точки зрения всех решений, связанных с как пенсионной реформой, так потреблением населения во временном аспекте

⁸⁹ По данным Всемирной организации здравоохранения. Доклад 2013.

⁹⁰ Вишневский А. Пенсионная реформа: соотношение экономического и демографического. – М.: НИУ ГУ-ВШЭ, 2013.

Таким образом, можно утверждать, что на современном этапе социально-экономического развития формируется новая *география потребления* и новая *демография потребления*, что находит выражение в трансформации системы отношений потребления.

Потребление более консервативный институт, чем в производства, где можно применить директивные методы ускорения. В потреблении темп изменений происходят медленнее, а глубина изменений сильнее как по охвату количества людей, так и по последствиям для населения.

1.3. Глобальные риски информационной экономики – ограничения трансформации потребления

Современное информационное общество переживает период турбулентности, вихреобразного развития, формирование нового экономического порядка и реконструкции мировой экономики. Усугубляет картину глобальный системный интегрированный кризис, выражающий неустойчивость, нестабильность, изменчивость экономической жизни. Переход к новому экономическому порядку не лишен проблем и противоречий, представляющих собой непосредственное следствие происходящих глубинных и кардинальных перемен. Совокупность проблем, порождаемых глобализацией и информатизацией, касается самых различных сфер жизнедеятельности человечества (политической, экономической, экологической, социальной и др.), и требует комплексного подхода и всестороннего изучения. Однако, ограничиваясь рамками данной работы, позволим выделить лишь основные глобальные риски и экономические проблемы и противоречия информационной экономики, прямым или косвенным образом связанные с потреблением.

В рамках концепции «общества риска» У.Бек характеризует глобализацию как процесс деполитизации и дерегулирования общества⁹¹. Глобальная информационная экономика вытесняет социальное государство и общество благосостояния, на основе которых достигнута консолидация индустриального общества. Этот процесс таит новые угрозы и риски, вызывает необходимость определения границ глобализации и информатизации, выявления пределов их роста, вне которых могут начаться процессы саморазрушения человечества.

Многочисленные ученые отмечают основные деструктивные процессы и негативные последствия глобализации:

- Загрязнение окружающей среды:

⁹¹ Beck U. Was ist Globalisierung? - Frankfurt, 1999. p. 33-48.

- Хищническое использование невозпроизводимых ресурсов
- Рост природных и техногенных катастроф
- Межгосударственное экономическое неравенство
- Дисбаланс экономической эффективности и социальной справедливости, рост социальной фрагментации
- Нарушение прав человека и конфиденциальности частной жизни
- Бурное развитие асоциальных явлений (наркомания, агрессия, терроризм и т.д.)

Международные специалисты ВЭФ связывают главные риски десятилетия с тремя глобальными процессами: 1) растущее недовольство граждан экономическим и политическим положением в сочетании с общественной мобильностью и протестами; 2); слабость политики неустойчивость норм, правил, гарантий; 3) растущее влияние виртуальной реальности.

Все виды глобальных рисков разделены на пять групп: экономические (Э), социальные (С), техногенные (Т), природные (П), геополитические (Г) (см. табл.1-7.)

Таблица 1-7

Рейтинг глобальных рисков

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	(Т) Сбои информационных систем	(Э) Обесценивание активов	(Э) Обесценивание активов	(Э) Обесценивание активов	(П) Метеорологические катастрофы	(Э) Существенные диспропорции в доходах
2	(С) Хронические заболевания в развитых странах	(Г) Нестабильность на Ближнем Востоке	(Э) Замедление экономики КНР	(Э) Замедление экономики КНР	(П) Гидрологические катастрофы	(Э) Хроническая неустойчивость госфинансов
3	(Э) Нефтяной шок	(Г) Неэффективное госуправление	(С) Хронические заболевания	(С) Хронические заболевания	(Г) Коррупция	(П) Растущий выброс парниковых газов
4	(Э) Жесткая просадка экономики КНР	(Э) Скачок цен на нефть и газ	(Г) Неэффективность системы глобально управления	(Э) Кризисы государственных финансов	(П) Сокращение разнообразия форм жизни	(Т) Кибератаки, киберугрозы, кибервойны
5	(Э) Обесценивание капиталов	(С) Хронические заболевания в развитых странах	(Э) Отступление от глобализации	(Г) Неэффективность системы глобально управления	(П) Климатические катастрофы	(С) Нехватка пресной воды

Примечание. По данным Всемирного экономического форума (ВЭФ) Давос. 2012.

По методике оценки ВЭФ глобальные риски оценивались по шкале от 0 до 5. В результате опроса 479 государственных деятелей, крупных бизнесменов и чиновников, наиболее существенными в 2012 году стали экономические риски – социальное неравенство и

государственные бюджетные дефициты, получившие максимальное значение 4,03 балла⁹². Эксперты утверждают, что часть рисков явно недооценивается правительствами разных стран (см. рис.). По прогнозам главной угрозой ближайшего десятилетия будет глубокое расслоение доходов населения.

Основной причиной глобальных рисков, по мнению ученых и экспертов, выступают системные недостатки глобального управления. Общество, технологии и коммуникации постоянно развиваются и меняются, а системы управления консервативны, не успевают за изменениями.



**Рис. 1-9. Важнейшие глобальные тренды
(% экспертов, считающих фактор доминантным)**

Одной из существенных негативных сторон данного процесса является растущее неравенство как *межстрановое* (между бедными и богатыми странами мира), так и *внутристрановое* (между населением регионов). Несмотря на бесспорный рост благосостояния в мире, богатство сосредотачивается в руках незначительной группы людей и стран, так называемого «золотого миллиарда». Состояние 358 богатейших людей мира превышает совокупный доход 35 процентов (2,5 миллиарда) жителей планеты. В современных условиях средний доход 20% самых богатых стран в 37 раз превышает доходы в 20% беднейших стран⁹³. Нельзя отрицать, что некоторым развивающимся странам интеграция в глобальную экономику принесла определенные дивиденды. Однако общая ситуация в мире далеко не идеальна. По прогнозам ООН, расхождение между получателями

⁹² Кувшинова О., Лютова М. Интернет опасен // Ведомости - № 12. - 12 января 2012. - с. 3.

⁹³ Экономическая теория перед вызовами XXI века. / Под ред. В.И.Гришиуа. Г.П.Журавлевой. – М. Изд-во РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2010.- с. 148

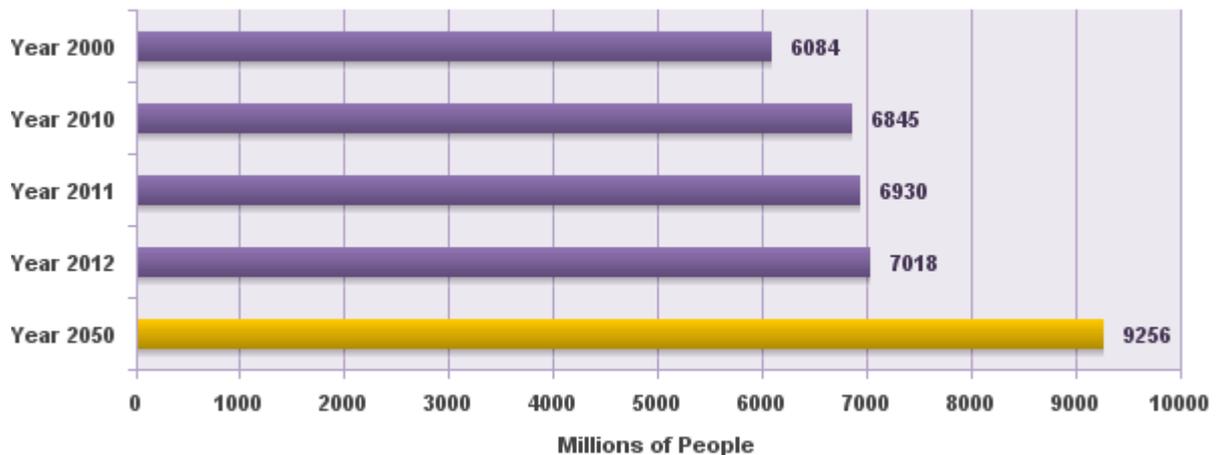
благ от экономического и технологического прогресса и людьми, которые их не получают, будет только нарастать⁹⁴ Сегодня 50 самых богатых людей мира получают такой же доход как 416 млн. человек. По расчетам Дж.Перкинса, если в начале 20 века богатые жили в 19 раз лучше, чем бедные, то в конце – в 78 раз. Ученые делают вывод, что такое неустойчивое усугубление крайнего богатств и крайней бедности подрывает стабильность развития человечества и не способствует обеспечению нормального здоровья и благосостояния планетарного общества. Глобализация также содействует росту доходов транснациональных корпораций, которые в некоторых сферах бизнеса практически держат мировой рынок под собственным контролем. В начале нового столетия всего лишь десять компаний контролировали 86 процентов рынка в сфере телекоммуникаций, оцениваемого в 262 млрд долларов США.

В общем круге экономических проблем, вызванных глобализацией, все более острой становится *нехватка продовольствия*. Для того чтобы обеспечить высокий уровень потребления в ближайшей перспективе необходимо утроить производство продуктов питания. Исходя из уровня обеспеченности продовольствием, в мире можно выделяются четыре специфические зоны. *Первая зона* - индустриально развитые стран Западной и Северной Европы, Северной Америки и Японии, то есть регионы избытка высококачественного продовольствия. *Вторая зона* - Южная Европа (Греция, Португалия), Турция, большинство стран Латинской Америки, страны АСЕАН, где уровень продовольственного обеспечения приближен к международным нормам, установленным Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ). В *третью зону* входят страны Восточной Европы, Россия и страны СНГ, а также Индия, Египет, Индонезия, в которых по оценкам ВОЗ, отклонения от нормы находятся на допустимом уровне. *Четвертая зона* - это развивающиеся страны (Непал, Афганистан и др.), где большинство населения испытывают голод. Проблема продовольствия в последней группе обостряется в связи с неограниченным ростом населения, экономической и научно-технической отсталостью.

По оценкам демографов к 2050 году на планете будут проживать более 9 млрд. человек (рис.1-10), тогда как биологические ресурсы Земли рассчитаны на полное удовлетворение лишь 100 млн., т.е. в 100 раз меньше.

⁹⁴ Глобальные перспективы. URL: <http://www.unep.org/geo/geo2000/>

Общее население мира:
Прошлое, Настоящее и Будущее



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats8.htm
7,017,846,922 world population estimated for June 30, 2012
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

Рис. 1-10. Динамика численности общего населения мира (прогноз), в млн. чел.

Причины этих процессов связаны с тем, что совершенствование технологий ведёт к бесконечному росту народонаселения и усиливает беспрецедентную антропогенную нагрузку на планету⁹⁵. По оценке аналитиков, в 2020 году объём потребительских расходов Китая и Индии достигнет 10 трлн. долл в год, что будет иметь серьезные проблемы второго порядка, проявится так называемый «эффект бумеранга»⁹⁶. Рост потребления спровоцирует не только значительный рост цен на продукты, но вызовет опасный дефицит природных ресурсов, особенно воды. Изменения климата превращает плодородные земли в засушливые и трудно орошаемые районы. Смена рациона питания в развивающихся странах в сторону белковой пищи, в 10 раз увеличивает потребление воды. Нехватка ресурсов вызовет «эффект домино»: резкий рост глобального спроса на сырьевые товары, продаваемые в мире (например, соя, мясо, молоко), повлияет на все страны, приведет к дефициту ресурсов, инфляции и международным конфликтам. По итогам 2013 года наблюдался рост мировых цен на продовольственные продукты на 2%, особенно сильно подорожали сахар, растительное масло, зерновые, что отчасти связано с неурожайностью предыдущих лет.

Большие сложности существуют на *мировом рынке труда*: проблема занятости, рост массовой безработицы волнуют большинство как развитых, так и развивающихся стран. По данным Международной организации труда (МОТ), по состоянию на 1999 год

⁹⁵ Бондаренко В.М. Новая модель роста: откуда ждать инновационного рывка? // Интеграл.- 2013. - № 3 (71) – с. 92

⁹⁶ Сильвестейн М. и др.. Эффект бумеранга // BCG Review . – 2013 - Июль. - С. 29

в мире насчитывалось около 120 млн официально зарегистрированных безработных, из них 34 млн в развитых странах. В настоящее время по неофициальным данным количество безработных оценивается специалистами в 820 млн человек, что составляет почти треть всего трудоспособного населения планеты. В начале 90-х годов самый высокий уровень безработицы отмечался в промышленно развитых странах: ЮАР (48,0%), Испания (22,4%), Финляндия (17,7%), Ирландия (17,6%). Ситуация на мировом рынке труда усложняется и тем, что среди людей, имеющих работу, растет неуверенность в стабильности своих рабочих мест и доходов, поскольку слияние компаний и напряженная конкуренция заставляют фирмы модернизировать предприятия. Наем и увольнение работников в зависимости от потребностей рынка вполне удовлетворяет компании, обеспокоенные увеличением прибыли, но создает существенные барьеры для реализации общечеловеческого права - права на труд. Данная проблема существенно обострилась за время кризиса 2008-2009 гг. и последующей рецессии. (см. табл.1-8) Так, в 2012 году в Испании общий уровень безработицы достиг 27,4% трудоспособного населения и более 50% молодежи, подобная тенденция нарастает и в других развитых странах.

Таблица 1-8

Уровень безработицы (в % к экономически активному населению)

	2009	2010	2011	2012
Россия	8,4	7,5	6,6	5,7
Германия	7,8	7,1	6,0	5,5
Италия	7,8	8,4	8,4	10,7
Испания	-	-	25,0	27,4
Канада	8,3	8,0	7,5	7,2
Великобритания	7,6	7,8	8,0	7,9
США	9,3	9,6	9,0	8,1
Франция	9,5	9,7	9,6	10,3
Япония	5,1	5,1	4,6	4,4

Источник: Срочная информация по актуальным вопросам. Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru

Растет разрыв между имущими и неимущими, знающими и невеждами, имеющими доступ к информационной магистрали и не имеющими его. Возникают массовых социальные противоречия между новыми высокооплачиваемыми трудящимися и уволенными рабочими, знания которых в информационной экономике стали не нужны. Назревают глубокие противоречия внутри организации: работников призывают усердно трудиться на благо компании, но они не участвуют в разделе материальных благ, которые сами создают. Обостряется проблема и массовой миграцией между странами и континентами. По расчетам Всемирного банка, увеличение числа мигрантов всего на 0,5 % понижает заработную плату коренного населения на 1%, то есть вдвое. Растет разрыв между имущими и неимущими,

знающими и невеждами, имеющими доступ к информационной магистрали и не имеющими его. Все это порождает конфликты и агрессию, находит выражение в массовых бунтах и протестах.

Глобализация *финансовых рынков* создала ещё один дестабилизирующий фактор. Международные инвесторы вкладывают огромные средства в развивающиеся страны и страны с формирующимся рынком, но с ухудшением экономической перспективы могут изымать свои капиталы. Такой значительный отток капиталов повергает в экономический кризис одну страну за другой. Валютный кризис 1998 года, начавшись в Восточной Азии, привел к потере 13 миллионов рабочих мест в данном регионе. Распространившись по цепной реакции, охватил Россию и страны СНГ, где последствия кризиса привели к парализации банковской системы, резкому падению объемов общественного производства и снижению реальных доходов населения практически вдвое. Затухание кризиса произошло на южноамериканском континенте, нанеся сокрушительный удар по бразильской экономике. Аналогичная ситуация происходит и во время последнего кризиса 2008-2009 гг., последствия которого не преодолены до сих пор. Глубокая и продолжительная рецессия мирового хозяйства во многом обусловлена высоким уровнем государственного долга ряда стран мира, что выступает своеобразным долговым тормозом выхода из кризиса (см. табл.1-9)

Таблица 1-9

Динамика государственного долга, в % ВВП

	2008	2009	2010	2011	2012
Россия	6,5	8,3	9,2	9,8	10,4
Германия	66,7	74,4	83,0	81,2	86,9
Греция	113,0	129,4	145,0	165,3	165,1
Дания	33,4	40,6	42,9	46,5	-
Испания	40,2	53,9	61,2	68,5	74,1
Италия	105,7	116,0	118,6	120,1	127,7
Нидерланды	58,5	60,8	62,9	65,2	-
Норвегия	48,2	43,5	43,7	29,0	-
Польша	47,1	50,9	54,8	56,3	-
Великобритания	54,8	69,6	79,6	85,7	90,0
Финляндия	33,9	43,5	48,4	48,6	-
Франция	68,2	79,2	82,3	85,8	98,6
США	-	-	-	98,4	97,6

Источник: Финансы России – Росстат, 2012. – с.456; Аргументы и факты. 2012. № 7. с. 37.

Кроме того, государственная задолженность перераспределяет доходы в пользу собственников капитала, предоставивших кредиты, так как их процентные доходы оплачиваются из налогов, которые по большей части взимаются с наемных работников.

Государственный долг - это не только обязательства государства, но это и бремя, которое переносится на будущие поколения, ухудшая их социально-экономическое положение. Поэтому госдолг следует понимать как ответственность нынешнего поколения перед будущими поколениями. Вместе с тем, будущее поколение наследует не только долги, но и требования по ним. Государственная задолженность влияет не на общий размер межпоколенческого бремени, а на распределение этого бремени в следующем поколении. С одной стороны, находятся налогоплательщики, которые должны возвращать долг, с другой - кредиторы, т.е. граждане, одолжившие денежные средства⁹⁷.

В России относительно невысокий уровень долга к ВВП по сравнению с другими странами, но общий тренд имеет тенденцию к повышению, причем за счет наращивания внутреннего долга (рис.1-11).

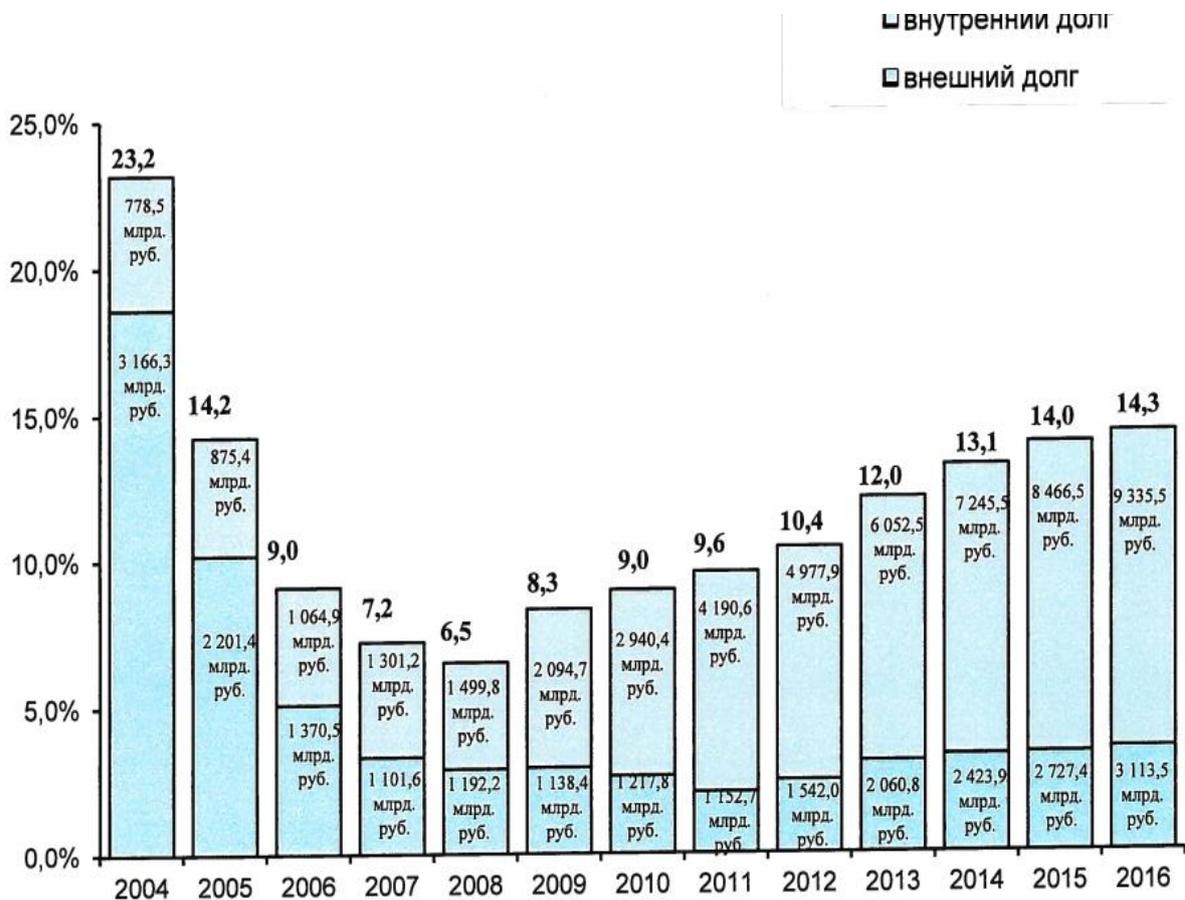


Рис.1-11. Динамика объем государственного долга РФ, в % ВВП⁹⁸

Размер долгового бремени, которое государство и налогоплательщики несут в долгосрочной перспективе, зависит от отношения процентной ставки к номинальному росту. Если экономика будет расти быстрее, чем процентная ставка, то относительный вес государственного долга будет снижаться. Отсюда, следует, что замедление темпов

⁹⁷ Фаут С. Курс социальной демократии. Часть вторая. Экономика и социальная демократия. – М.: РОССПЭН, 2012. - С. 136.

⁹⁸ По данным Министерства финансов РФ www.minfin.ru

экономического роста и повышение процентных ставок в России может усиливать финансовые риски

Становление культуры информационного общества невозможно без информатизации экономики. Несмотря на очевидные достоинства внедрения в процесс производства и потребления, проявляются существенные недостатки реализации информационных технологий, многие из которых имеют рискованный характер. Возникает новый феномен – информационные риски, который отражает общие проблемы информатизации общества и требует более пристального рассмотрения с философских, технологических позиций и точки зрения развития личности и способностей

Риски информатизации с философской позиции Появление новых медиа технологий означает появление нового мира. Отказ от включения в информатизацию гарантирует невозможность социализации. Общество стоит перед парадоксом: с одной стороны, без техники невозможна культура, образование, наука, с ней связано само возникновение культуры, с другой – вступление в техническую эпоху влечет культуру к гибели. Однако сам интеллект, создавший технику и машину, не может быть технотизирован и машинизирован без остатка, в нем всегда останется иррациональное начало. В этой связи можно выделить следующие риски:

1) *Дегуманизация.* В этой дегуманизации повинен сам человек, а не машина. Машинизм есть лишь проекция этой дегуманизации, которая проявляется:

- Техничко-машинная зависимость
- Технократическая социализация
- Усиление роли игровой составляющей

2) *Дезориентация.* В информационном обществе имеет место смешение всех традиционных категорий, ценностей, что дезориентирует человека и подчиняет его действию необщественных, не-человеческих сил и обстоятельств.

- Замена реальности на суррогат виртуальности
- Иллюзия свободы целенаправленного и выбора.
- Неспособность вне виртуального мира принимать решения и отвечать за свои поступки.
- Вседозволенность
- Иллюзия правил и норм «всемирной паутины»

Риски информатизации с позиции развития личности, способностей

Методологически не определены рамки и поле использования информатизации. Без знания возможностей и границ использования информационных технологий в экономических процессах весьма сложно выявить последствия и социально-экономические эффекты

информатизации. Сегодняшнее поколение первое, которое растет в цифровой среде, последствия этих явлений далеко не изучены, вот только некоторые из них.

- Проблема мобильного телефона
- Рост IQ при снижении ответственности
- «Культура сомнения»
- Чувство дистанции
- Новое языковое общение в сети
- Потеря воображения
- Снижение EQ (эмоционального интеллекта)
- Дисфункция памяти

Это приводит к возрастанию фиктивного компонента человеческого капитала, под которым понимается сформированный посредством недостаточных или неэффективных инвестиций, а также институционально-социальных деформаций запас знаний, способностей, профессиональных навыков и умений, здоровья и культуры, не способный обеспечить необходимые производственные возможности, функциональную конкурентоспособность и прирост уровня благосостояния⁹⁹.

В докладе ЮНЕСКО отмечается, что память в большей степени воспринимается не столько умственной способностью, сколько материальным носителем информации, что вызывает сокращение индивидуальных усилий учащихся по запоминанию¹⁰⁰. Эти данные подтверждаются увеличением числа лиц, которые не способны для простых расчетов применить таблицу умножения и полагаются на калькулятор. В обучении запоминание играет важную роль, только при развитой способности запоминания достигаются необходимые запасы структурированного и быстро и гибко конструируемого знания. Компьютер лишь имитирует некоторые операции мозга, включая запоминание, но не может заменить их.

Многие ученые утверждают, что назрел *кризис воспитательной системы*. Так, в США в 11 лет ребенок уже присутствовал при 8000 убийств 100 000 актов насилия, 70 % игр отнесены к жестоким (по данным американской ассоциации родителей). К числу потенциальных рисков относятся:

- Проблема насилия в игре или «выход» агрессии
- Снятие ответственности с родителей и образования
- Псевдодружба в сети: единственность и неповторимость личности?
- «Легендность» Сети

⁹⁹ Колядин А.П. Фиктивный компонент человеческого капитала как системный феномен экономики знаний: автореф. дисс. д-ра экон. наук: 08.00.01 – Саратов, 2012. – с. 7-8.

¹⁰⁰ Vers les sociétés du savoir / Rapport mondial de l'UNESCO. – UNESCO, 2005.- pp. 51-54

- Интернет – это «помойка»
- «Легкая социальность» - это особая форма отношений, которая ни к чему не обязывает, и обходится без каких бы то ни было последствий (Паскаль В.)
- Взаимоотношения поколений
- Субкультура Интернет

Риски информатизации с технологической позиции

Эмпирические данные показывают высокую эффективность внедрения информационных технологий. Например, в США сотрудники, обучавшиеся на курсах «Эффективного обучения» (фирма Интел), смогли увеличить объем своих знаний по конкретному предмету на 57% по сравнению с 23% полученными студентами при использовании «обычных» методов обучения.

Вместе с тем, необходимо учитывать, что информационная нагрузка вызывает ориентировочную реакцию (положительные эмоции) и оборонительную реакцию (отрицательные эмоции). Высокая эффективность процессов достигается только в том случае, когда оборонительные реакции вовлекаются в минимальной степени. Избыточное количество новой информации может вызвать состояние стресса. Информационный стресс - разновидность психологического стресса, который развивается в условиях информационной перегрузки при наличии у человека высокой мотивации к усвоению больших объемов информации.

Другой вызов информационному обществу связан с быстрым накоплением объемов информации, избыточной насыщенностью информацией всей областей жизни и легкостью доступа к ней с технической стороны. Это порождает эффект замещения знаний информацией, возможность представить в качестве полученного знания легкодоступную информацию. Исследователи называют данный феномен *«парадоксом информационной насыщенности»*, который заключается в том, что доступность больших объемов информации в Интернете снижает мотивацию к генерации нового знания¹⁰¹. Вместо того, чтобы интерпретировать, самостоятельно осмысливать, анализировать и создавать на этой основе собственное новое знание, многие предпочитают искать информацию в Интернете и механически трансформировать в ожидаемый от них результат. В этом случае происходит подмена знания информацией, которая проявляется в виде:

- «Парадокс информационной насыщенности»
- Риск информационной перегрузки, потеря здоровья
- Потеря эффективности, снижение результативности

¹⁰¹ Константинов Г.Е., Филонович С.Р. Университеты, общество знания и парадоксы образования // Вопросы образования, 2005, № 4. – с. 111.

- Некачественный информационный продукт: вместо профессиональных программных продуктов – кустарное производство – однодневки
- Сбои системы управления (психологические кризисы «управленцев»).
- Неспособность решить задачи информатизации

Инновационные решения подчас не успевают пройти те *«временнoзатратные»* этапы, которые характерны для получения вообще любого знания. Проблема состоит не в том, как усвоить новые идеи, а в том, как избавиться от старых.

Обостряются противоречия между архитектурами вычислительных комплексов старые системы вступают в конфликт с новыми принципами. Функции информационных систем не согласуются с остальной хозяйственной деятельностью.

Возрастают киберугрозы, вирусные атаки, информационные войны настоятельно требуют обеспечения информационной безопасности. Дело «Сноудена» слежка спецслужб США за политическими лидерами 35 стран Южной Америки и Западной Европы, только обостряет и актуализирует данную проблему. Для обеспечения баланса сил и стабильности мировой экономики необходимо безопасное цифровое пространство.

Таким образом, процесс становления глобального информационного общества позволяет установить, что решение выше перечисленных проблем, касающихся самых различных сфер жизнедеятельности человечества, требует определения взаимоувязанных и всеобъемлющих подходов на стыке многих научных дисциплин в сочетании с интеллектуальной глубиной и всесторонним учетом долгосрочных последствий принимаемых решений. Мировое сообщество способно решить глобальные проблемы при условии объединения усилий и ресурсов. Отсюда возникает необходимость коренной перестройки сложившейся системы экономических отношений.

Для построения эффективного и справедливого экономического порядка, который помог бы всем странам встать на путь устойчивого прогрессивного развития, достойного уровня и качества жизни своих граждан, необходимы отношения партнерства между всеми странами мира. Только партнерство в глобальном масштабе может принести народам мира более безопасное, справедливое и обеспеченное будущее,

На основе изучения проблем первой главы можно констатировать:

1. Информационная экономика - современная стадия социально-экономического развития, новая экономика, которая расширяет возможности развития человека и способствует повышению благосостояния благодаря активному использованию информации, знаний и инновационных технологий.
2. Новые технологии в сочетании с развитием: телекоммуникационной, компьютерной, банковской и др. сетей, создают возможности быстрого перемещения

информационных и денежных ресурсов по всему миру независимо от расстояния и времени Интернет превращается в ключевую экономическую инфраструктуру и служит платформой для инноваций

3. Трансформация воспроизводственных отношений и формирование новых моделей экономики в разных странах происходит с разной скоростью, в разной степени, с разных стартовых уровней, в разных исторических и культурных условиях, используются разные инструменты и способы достижения целей. В российской экономике скорость преобразований гораздо выше развитых стран, что отражает двойственный процесс системной трансформации и информатизации общества и экономики. Данные процессы сильно дифференцированы по территории страны.
4. Формирование информационной экономики сопряжено с трансформацией отношений потребления, предпосылками которой является:
 - развитие новых информационно-коммуникационных технологий и диффузия инноваций;
 - становление открытых глобальных рынков и либерализация торговли;
 - рост потребительских услуг в экономической деятельности;
 - реформирование системы регулирования потребительских рынков;
 - снижение бедности и рост благосостояния населения мира..
5. Информационная экономика меняет пространственно-временные координаты потребления: с одной стороны, это безграничное расширяющееся пространство реализации отношений потребления лимитированное временем: с другой стороны, это ускоряющееся время реализации отношений потребления в безграничном пространстве. Введены понятия время потребления и пространство потребления как качественные характеристики трансформации потребления.
6. В информационной экономике усиливаются глобальные риски, ограничивающие реализацию отношений потребления: экономические, финансовые, социальные, продовольственные, информационные.

В целом, влияние информационной экономики, ИКТ-технологий и интернет на потребление недостаточно изучено и требует дальнейшего исследования с учетом целевой функции потребителя, изменения принципов и моделей потребления, их адекватной интерпретации в экономической теории.

ГЛАВА II. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

2.1. Развитие теории потребления в научных исследованиях, их периодизация и генезис

Развитие теории потребления обусловлено сменой научно-исследовательских программ на разных этапах исторического развития общества. Теория потребления является одним из самых старых и дискуссионных разделов экономической науки. Стремительность изменений жизни и экономики, требует новой парадигмы научного исследования. В этой связи назрела необходимость комплексной систематизации накопленных знаний и представления альтернативных во многом взаимодополняющих методологических подходов к исследованию феномена потребления с учетом новейших достижений науки.

Экономическая теория потребления находится в постоянном движении. Глубокий анализ развития теории и методологии потребления позволяет выделить несколько основных этапов её эволюции:

- 1) *Первый этап* (до конца XIX в.) - предтеории потребления
- 2) *Второй этап* (конец XIX - начало XX в.) - микроэкономические основы потребительского поведения
- 3) *Третий этап* (вторая четверть – последняя четверть XX в.) - макроэкономические основы совокупного потребительского спроса
- 4) *Четвертый этап* (70-е годы XX в.) - синтез теорий: микроэкономические основы макроэкономического анализа потребления
- 5) *Пятый этап* (конец XX - начало XXI в.) - коэволюция (флуктуация) теорий: 1) мультидисциплинарные исследования в области потребления; 2) разработка наноэкономических основ потребления.

В литературе ранее предпринимались попытки периодизации эволюции экономических воззрений на потребление¹⁰². В одно из последних в частности предпринято социологами Зерило П., Френзен Д. и Хиршем П.¹⁰³. Авторы выделяют шесть основных подходов к исследованию потребления: 1) производительное потребление (меркантилисты); 2) идиосинкратическое потребление (маржиналисты); 3) функциональное потребление (Г.Беккер, Дж. Стиглер); 4) институциональное направление (Т.Веблен, Д.Коммонс); 5) межвременное

¹⁰² Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: Дело ЛТД, 1984.

¹⁰³ Frenzen J., Hirsch P., Zerillo P. Consumption, Preferences and Changing Lifestyles. – Princeton: University Press, 1994.

потребление (М.Фридмен. Д.Дьюзенберри); б) психологическое потребление (Дж.Катона)¹⁰⁴. Однако не совсем понятны критерии разграничения данных подходов.

Основные этапы и концептуальные подходы к развитию теории потребления в научных исследованиях в виде генеалогического древа изображены на рис. 2-1.

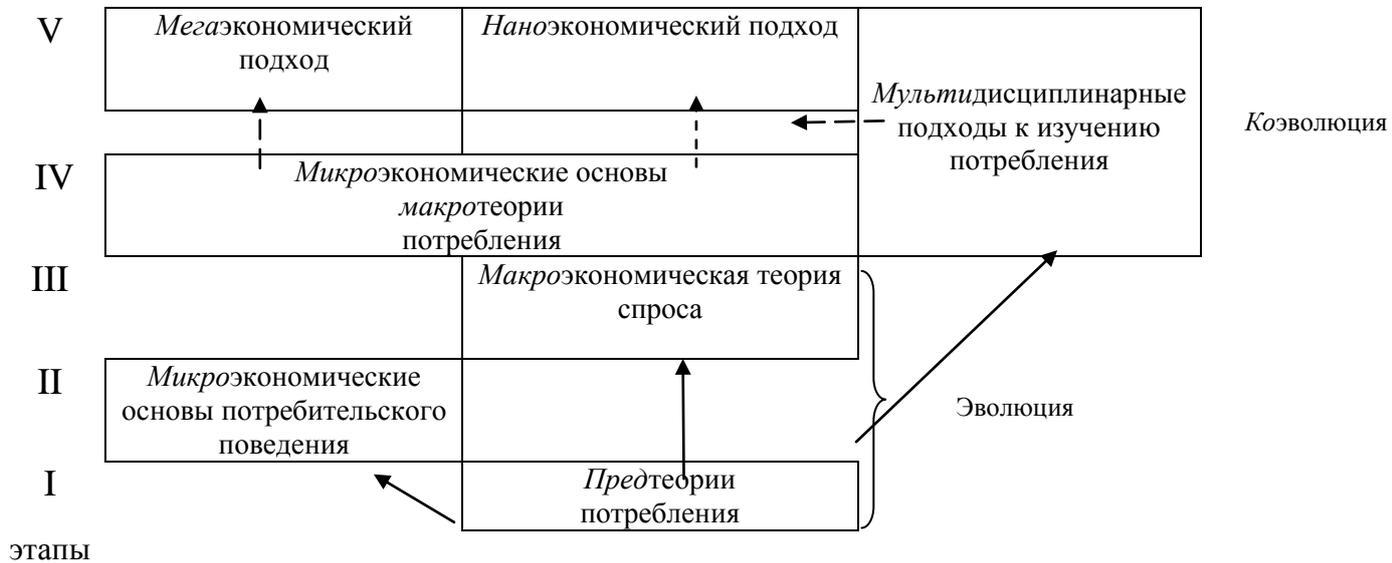


Рис.2-1. Генезис методологии и теории потребления

В основе предложенной периодизации лежит эволюция методологических принципов и методов исследования, отражающих динамичность изменений и усложнение реальной экономической действительности в сфере потребления.

Первый этап эволюции теории и потребления кон. 19 века.

Корни учения о потреблении как экономической категории уходят в далекое прошлое и рассматриваются в трудах Аристотеля, Ксенофонта, Платона. Позднее меркантилисты обращались к вопросам потребления в рамках изучения торгового баланса: потребление внутреннего продукта рассматривалось как производительное, импортного – как непроизводительное. В связи с этим потребление представлялось инструментом экономической политики и достижения целей государства.

В классической экономической теории потребление не требовало комплексного изучения и раскрытия внутренних детерминант потребительского процесса. Предметом исследования выступало «богатство» и источники его происхождения и накопления. Классическая политэкономия формировалась в условиях дефицита благ, хронического недопроизводства и, следовательно, недопотребления большинством населения мира, что вызвало необходимость создать экономическую систему, нацеленную на рост производства, обеспечивающий богатство народов, и добиться безгранично расширяющегося производства.

¹⁰⁴ *Рощина Я.М. Социология потребления. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. - с. 17-20.*

Определяющую роль в области мотивации экономического поведения А. Смит, Д. Рикардо, Дж. Милль отводили эгоистическому личному интересу человека¹⁰⁵. В качестве главных мотивов экономической деятельности населения в сфере потребления выделяются стремление улучшить свое материальное положение и увеличить собственную выгоду. В рамках данной теории потребление выступает «как самодавяющий процесс утилизации благ, имеющий свою структуру и закономерности движения»¹⁰⁶.

Одними из первых исследователей потребления в конце 17 века называют П.Буагильберга и Э.Кондильяка, которые изучают некоего абстрактного потребителя, имеющего потребности и возможности их удовлетворения с помощью товаров и услуг, предлагаемых рынком.

Внимание к проблеме потребления усиливается в *детерминистской концепции теории циклов*, которая ограничивает цикличность в поведении экономических субъектов влиянием объективных экономических факторов. Еще Сисмонди ссылаясь на недостаточное потребление как причину кризисов перепроизводства. Позднее Л.Лодердель и Т.Мальтус, занимаясь проблемой совокупного спроса, пришли к аналогичному выводу. Дж.Гобсон¹⁰⁷ выдвинул постулат, согласно которому «непроизводительный» экономический излишек, который включает всю ренту, излишний доход от процента, прибыли и заработной платы¹⁰⁸, выступает источником образования сбережений. Способ присвоения «непроизводительного» излишка имеет тенденцию нарушать равновесие между потребительскими расходами и сбережением, что порождает экономическую депрессию.

В теории циклов и кризисов в «Капитале» К.Маркса утверждается, что человек «не свободен» при выборе линии экономического поведения, поскольку его потребности и вкусы в определяющей мере сформированы обществом, в котором он живет.¹⁰⁹ В интерпретации К.Маркса это означает, что потребление населения детерминировано движением капитала. Отсюда, кризис перепроизводства связан с относительным сужением платежеспособного

¹⁰⁵ См. *Смит А.* Исследования и природе и причинах богатства народов. - М., 1962. С.27-29, 253; *Милль Дж.* Основы политической экономии. - М., 1980. Т.1. С.394-402.

¹⁰⁶ *Гужва Е.Г.* Теория потребления: концептуальные подходы к развитию национальной экономики: дисс. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Санкт-Петербург, 2000. - С. 5.

¹⁰⁷ См.: *Hobson J. A.* The Industrial System. - London, 1910. P. 40.

¹⁰⁸ Под излишком заработной платы *Дж.Гобсон* понимает некую величину денежных средств, превышающую «надлежащую» заработную плату, которая должна состоять по крайней мере из двух элементов:

- 1) части, гарантирующей существование и сохранение рабочей силы или минимальную заработную плату;
- 2) части заработной платы «прогрессирующей производительности», которая должна обеспечить рост предложения на рынке более производительной рабочей силы.

¹⁰⁹ *Маркс К.* Капитал / Маркс К., Энгельс Ф. Собр. Соч. Т.23, 24,25.

спроса населения, которое делает дальнейшее расширение производства неприбыльным. С позиций марксизма человек является главной производительной силой общества, что требует развития двух сторон: рабочей силы как способности к труду и потребительной силы как способности к потреблению. Труд есть функция рабочей силы, потребление – функция потребительной силы человека. Вследствие чего необходимо развивать у человека способность к труду, также способность к потреблению.

Второй этап - микроэкономические основы потребительского поведения (кон. 19 века - нач. XX века)

Важнейшую роль в развитии экономической теории потребления сыграл маржинализм, заложив основы теории предельной полезности и потребительского спроса. Неоклассическая теория маржинализма основана на микроэкономическом подходе к исследованию идиосинкратического потребления (Г.Госсен, Ж.Дюпюи, У.Джевонс, Дж.Кларк, А.Маршалл, К.Менгер, В.Парето). Изучение потребления как обособленного процесса стало возможным только в условиях рынка. Поскольку только рыночное капиталистическое хозяйство создало возможность обособления и противопоставления системы производства и системы потребления, что невозможно в условиях натурального производства, где потребитель и производитель совпадают в одном лице. В микроэкономической теории маржинализма потребление рассматривается как поведение одного из важнейших субъектов рынка – потребителя. Маржинализм переместил объект исследования в сторону механизма функционирования рынка и исследования поведения субъектов экономики на рынке.

Это положило начало формированию теории спроса как самостоятельной области экономической теории, разрабатывающая концепцию поведения потребителя в ответ на изменения таких показателей, как цена блага, доход. В рамках методологического индивидуализма вступление экономических субъектов во взаимодействие между собой объясняется рациональностью и оптимальностью их поведения в стремлении к максимизации удовлетворения потребностей при определенных внешних и внутренних условиях. Причем человек, с этой точки зрения, обладает высокими интеллектуальными способностями и достаточно информирован для достижения поставленных целей.

Маржиналисты в попытке разработать теорию мотивации потребителей обращались к доводам И. Бентама, который объяснял экономическое поведение человека на основе *теории гедонизма*, т.е. последовательного сведения всех мотивов к достижению удовольствия и избеганию страданий.¹¹⁰ Более того, Бентам полагал, что наслаждения и огорчения поддаются количественному измерению по таким критериям, как: интенсивность, продолжительность,

¹¹⁰ *Бентам И.* Принципы законодательства. Руководство по политической экономии. - М. 1896. С.4.

вероятность, доступность, плодотворность, чистота и охват. Исходя из предпосылок теории гедонизма, У.Джевонс и Л. Вальрас делают акцент на рациональном расчете субъектов. В соответствии с законом убывающей полезности, к числу важнейших целей потребительского поведения, относится максимизация полезности и наибольшее удовлетворение потребностей. Вместе с тем, К. Менгер и Е. Бем-Баверк подчеркивают более сложный объективно-субъективный характер состояния человека, указывая на их природно-общественное происхождение.¹¹¹ Единственным мотивом, побуждающим деятельность домохозяйств, считали заботу о собственном благополучии. При этом целевая функция модифицируется по направлению к достижению неоптимального, а наилучшего варианта удовлетворения потребностей.

Сторонники неоклассического направления отводили приоритетную роль субъективным мотивам и стимулам в потреблении. В частности И. Кристол по этому поводу отмечает, что «экономика предложения принимает мотивы поведения - внутренние импульсы к улучшению своего положения в качестве исходного пункта экономической деятельности и, что самое важное, экономического роста...».¹¹² Главная идея, по мнению А.Лаффера, состоит в том, что люди работают не для того, чтобы платить налоги. «Работая, они думают о том, что останется после уплаты налогов. Они сберегают для того, чтобы получать доходы на сбережения. А это и есть самые что ни на есть личные и частные мотивы, которые имеют отношение к распределению дохода, к производству и сбережениям».¹¹³

При этом Дж. Фон Нейман и О. Моргенштерн, основатели теории игр, полагают, что поведение отдельного потребителя зависит и от поведения остальных участников отношений¹¹⁴. Отсюда, в процессе взаимодействия субъектов по поводу потребления и распределения располагаемого дохода, могут разрушаться даже устойчивые системы убеждений, и тогда выбираются чужие варианты поведения. Действительно, в реальной жизни можно наблюдать подобные явления.

Параллельно развивается институциональное направление теории потребления. Институционалисты Т.Веблен, Дж. Коммонс, Дж. Дьюи, считают, что рациональный расчет далеко не единственный мотив, определяющий поведение домохозяйств по поводу распределения дохода на потребление и сбережение, наиболее важными по сравнению с ним

¹¹¹ Менгер К. Основания политической экономии. Введение и критический обзор / Общая часть пер. с нем. Г. Тиктина и И. Абезгуза - Одесса. 1903. С.2.; Бем-Баверк Е. Основа теории ценности хозяйственных благ. / Пер. с нем. А.Санина. и О.Попова. 1903. С.21..

¹¹² Kristol J. Ideology and Supply - Side Economic Impact, 1981, № 3, p.32,33

¹¹³ The New Economics: A Debate // Economic Impact, 1981, № 3. p 23. См.: Осадчая Н.М. Консерватизм против реформизма.- М., 1984. С.187.

¹¹⁴ Фон Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономического поведения. Пер. с англ. Под ред. М.Н. Воробьева. - М., 1970. С.27.

являются институты, привычки и обычаи. Т.Веблен в своей *концепции демонстративного потребления* трактует инстинкты (институты) как способы (обычаи) осознанного и целенаправленного поведения, которые включают: инстинкт мастерства, праздного любопытства, родительский, склонность к приобретательству, набор эгоистических склонностей, инстинкт привычки¹¹⁵. Именно они, с точки зрения институционалистов, и выступают основными детерминантами потребительской деятельности домохозяйств. Ученый выделили ряд эффектов, связанных с демонстративным потреблением, в частности, эффект Веблена, где увеличения потребительского спроса, вызванный тем, что товар имеет более высокую цену., которая складывается из двух составляющих) реальной и престижной цены, а также эффект сноба и эффект присоединения к большинству.

Третий этап - макроэкономические основы совокупного потребительского спроса (Вт. четверть XX века – посл. четв XX в.)

Расцвет теории потребления обязан кейнсианской революции и появлению макроэкономического анализа. Первостепенное значение для макроэкономики приобретает экономическое поведение домохозяйств в сфере потребление и сбережение, реализующееся через изменение спроса на товары и услуги и предложения денежных накоплений, выполняющее функции объективного и субъективного регуляторов народнохозяйственных пропорций и качества продукции.

Исследование функциональной зависимости между доходом и потреблением впервые находит свое отражение в фундаментальной работе «Общая теория занятости, процента и денег» Дж. Кейнса¹¹⁶. Согласно кейнсианской гипотезе «абсолютного» дохода, при анализе причинно-следственных зависимостей роль текущего дохода определяется, прежде всего, психологическим влиянием величины объема на размеры личного потребления и сбережения. Если уровень текущего дохода ниже некоторого среднемедианного уровня, то домохозяйства полностью направляют доход на потребление. Человек привыкает к определенному уровню жизни, поэтому, получив дополнительный доход, первое время не знает, как его употребить, и увеличивает сбережения. В дальнейшем, если возросший уровень дохода сохраняется, то потребление приходит в соответствие с новым уровнем, но непропорционально доходу, так как сбережения увеличиваются с ростом дохода более высокими темпами. При уменьшении дохода зависимость сохраняется: стремясь поддержать привычный уровень жизни, домохозяйства, в первую очередь, сокращают сбережения.

В отличие от маржиналистов, кейнсианский подход изначально связан с критикой рациональности в поведении человека, способности которого ограничены вследствие

¹¹⁵ Веблен Т. Теория праздного класса. - М., 1984. С.18.

¹¹⁶ См.: Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Гл. 13. - М.: Прогресс, 1978.

недоступности полной информации и подверженности эмоциям, привычкам. В кейнсианской теории субъективным факторам придается второстепенное значение, полагая, что они являются постоянно действующими, поэтому, рассматривают их как неизменный «фон». Известно, что Дж.Кейнс иронично называл стремление к сбережению: Осторожностью, Предусмотрительностью, Стремлением к лучшему, Предприимчивостью, Расчетливостью, Независимостью, Гордостью и Скупостью, а в списке предпочтений к потреблению выделял: Недальновидность, Желания пользоваться жизнью, Щедрость и Нерасчетливость.¹¹⁷ Вместе с тем, подчеркивается важность социальных и институциональных мотивов, психологических особенностей человеческого характера таких, как склонность к потреблению, склонность к сбережению, предпочтение ликвидности и т.д. К числу социально значимых мотивов, оказывающих влияние на потребление относятся: постоянные привычки; стремление к поддержанию устоявшегося уровня жизни; побуждение к удовлетворению неотложных первостепенных нужд человека; предпочтение во времени, т.е. выгода иметь деньги в будущем оценивается ниже выгоды в настоящее время; недостаточная «телескопическая способность», т.е. неумение правильно оценить полезность будущих доходов; социальное положение человека в обществе; вероятная политика государства и т.д. Субъективные мотивы и цели, побуждающие домохозяйства делать сбережения, включают: образование резервов на случай непредвиденных обстоятельств; желание обеспечить содержание иждивенцев, поддержание достигнутого уровня жизни после выхода на пенсию; предпочтение большему реальному потреблению в будущем по сравнению с меньшим немедленным потреблением; возможность постепенно увеличивать свои будущие расходы; чувство независимости и возможность самостоятельных решений; желание оставить наследникам состояние; возможность осуществлять спекулятивные и коммерческие операции; стойкое предубеждение против акта расходования денег. В действительности от соотношения этих мотивов во многом зависит соотношение потребление-сбережение. Наряду с этим, кейнсианцы не отвергают полностью постулат о рациональности поведения населения, хотя считают, что в периоды депрессий и кризисов экономическое поведение становится наиболее иррациональным.

Макроэкономическая теория Дж.Кейнса породила огромный всплеск исследований потребительской функции, после чего теория потребления прочно вошла в арсенал экономической науки. Многочисленные работы посвящены теоретическому обоснованию и практическому анализу макродинамики потребления.

В ходе эмпирических исследований, проведенных С.Кузнецом и Р.Голдсмитом установлено, что поведение потребительской функции на протяжении цикла находится в

¹¹⁷ См: Антология экономической классики. - М., 1993. С.221.

соответствии с основным психологическим законом, хотя на протяжении более длительных периодов времени не обнаруживается «вековой» тенденции к уменьшению склонности к потреблению, и отношение потребителя к доходу совершенно стабильно.

Разрешением данного противоречия послужила *гипотеза о временном тренде*, обнаруженном в исследованиях Смизиса, Ливингстона, Мосака¹¹⁸. Используя годовые данные, ученые выявили, что масштабы среднего потребления в расчете на душу населения зависят от реальных чистого дохода, а также от временного тренда, который характеризуется существенно положительным коэффициентом регрессии. Положительный временной тренд интерпретируется как постоянный повышательный фактор. Этим объясняются повышательные сдвиги циклической траектории потребительской функции в течение очень длительных периодов.

Проблема циклических изменений соотношения между потреблением и уровнем дохода исследована Р. Харродом и Э. Хансеном.¹¹⁹ В частности, в гипотезе Э. Хансена обобщено циклическое и вековое поведение функции потребления. Автор утверждает, что объем потребления определяется не только размером дохода, но также частично особенностями той стадии цикла, на которой этот доход получается. Если фаза цикла имеет устойчивый непрерывный характер, то потребление изменяется приблизительно в прямой пропорции с изменениями дохода. В обратном случае, т.е. если фаза цикла разворачивается резкими скачками, то потребление в процентном отношении колеблется менее резко, чем доход. Вековую тенденцию повышения потребительской функции не следует рассматривать как тенденцию абсолютно неизменную, поскольку зависимости между переменными величинами подвергаются с течением времени изменению в связи с изменением экономических институтов.¹²⁰ Появление новых продуктов и новых жизненных укладов, неизбежно возникающих в непрерывно развивающемся обществе, также частично объясняют вековой повышательный сдвиг потребления. При этом главным фактором, вызывающим вековой рост потребления считается рост дохода.

Колебания во времени функции потребления исследовал Д.Робертсон, на основе метода периодического анализа разработана *гипотеза предшествующего дохода*.¹²¹ При построении модели автор исходит из допущения, что потребительские расходы обнаруживают тенденцию к отставанию от изменений располагаемого дохода на один промежуток времени - период. С

¹¹⁸ См.: *Smithies A., Livingston S., Mosak J. Forecasting Postwar Demand: I, II, and III // Econometrica 13. - 1945. - №1. - P.1-37.*

¹¹⁹ См: *Харрод Р. К теории экономической динамики. М., 1959; Хансен А. Экономические циклы и национальный доход.- М., 1959.*

¹²⁰ *Классики кейнсианства: в 2-х т., Т.1. Ч. I-II, - М. 1997, С.376-377.*

¹²¹ См: *Robertson P.H. Essay in Monetary Theory. P.S. King and Son. Ltd. London, 1940.*

ростом дохода домохозяйства увеличивают потребление, но не сразу, так как приспособление потребления к доходу происходит с запаздыванием. В таком случае, принимая решения о размерах сегодняшнего текущего потребления, субъекты имеют в виду доходы предыдущего периода. Текущее сбережение здесь определяется как разница между «вчерашним» доходом и текущим потреблением. Доход же, получаемый в течение данного периода, т.е. текущий, находит свое применение в следующем периоде и так далее. Отсюда потребительская функция имеет следующий вид: $C = f(Y_{t-1})$, другими словами, потребление функционально связано с предшествующим доходом.

Несколько переключается с моделью запаздывания расходов *гипотеза относительно дохода* Дж. Дьюзенберри.¹²² Согласно этой гипотезе, средний уровень дохода понимается, как средний в обществе или точнее в типологической группе, на которую равняется субъект. Поэтому потребление в рамках индивидуального домохозяйства зависит скорее не от абсолютных размеров дохода, а от их принадлежности к определенному типу в распределении дохода, иначе - от относительного дохода. Соответственно основной психологический закон Кейнса справедлив, не для абсолютного уровня доходов, а для перехода потребителя в другую типологическую группу с более высокими доходами. При снижении относительного дохода, люди не склонны отказываться от достигнутого уровня потребления, поэтому вероятное поведение типичного домохозяйства фактически определяется не текущим восприятием в условиях депрессивной экономики, а прошлым максимально высоким уровнем дохода. Функция потребления записывается таким образом: $C_t = f(\max Y_o)$. Причем потребление оказывается, функцией личного располагаемого дохода, а не национального дохода, как полагал Дж.Кейнс. Существование такого рода потребительской функции подтверждает гипотеза «пикового» дохода Т.Девиса, где уровень текущего потребления действительно зависит от максимально высокой точки предшествующего дохода.

В связи с этим, логично упомянуть еще об одной модифицированной модели, связывающей потребление с уровнем прошлых доходов - это экономическая модель «распределительного лага» Л. Клейна¹²³. Автор основывался на предположении, что потребление зависит от всей совокупности прошлых доходов и вводит модель лаговый

¹²² См.: *Duesenberry J.S. Income, Employment and Public Policy.* - W.W. Norton and Co, 1948; *Income, saving and the theory of consumer behavior.* - Cambridge, 1949. P.114-116.

¹²³ См: Архитектор макроэкономики. Библиотека экономических спецкурсов. Выпуск первый. - Ростов-на Дону, 1997. С.168.

показатель потребления, это сохраняет большее число степеней свободы, что особенно важно при статистическом анализе временных рядов.¹²⁴

Взаимосвязь между распределением и темпами роста дохода подчеркивается в работах Дж. Робинсон, Н. Калдора, Дж. Кригеля, Л. Пазинетти.¹²⁵ Рассмотрим подробнее модель распределения доходов для экономики в целом, сконструированную Н.Калдором¹²⁶, где общий объем совокупного личного дохода складывается из заработной платы (Z) и прибыли (P). Учитывая тот факт, что величина сбережений определяется уровнем этого совокупного дохода, общая величина сбережений представляет собой сумму сберегаемой доли из заработной и доли из прибыли: $S = s_z Z + s_w P = I$

Апробировав свою теорию, Н.Калдор выдвигает постулат, что предельная склонность к сбережению у получателей дохода от собственности намного превосходит соответствующий показатель у людей, живущих на заработную плату.¹²⁷ Из этого следует, что предельная склонность к потреблению различных социально-экономических групп населения неодинакова и перераспределение дохода в пользу групп с более высокой предельной склонностью к потреблению повлечет за собой смещение кривой, характеризующей поведение потребительской функции вверх. Тем не менее, некоторые экономисты подвергают сомнению роль эффекта перераспределения доходов. В данном случае, склоняемся к компромиссной точке зрения, высказанной Р.Бодкиным, который считает, что подобный эффект наблюдается в рамках одной страны в разные моменты времени.¹²⁸ Это объясняется тем, что распределение доходов носит относительно устойчивый характер, и его влияние может проявиться лишь по истечению достаточно длительного периода времени, а в краткосрочном и даже среднесрочном анализе оно играет второстепенную роль.

Прорабатывая различные варианты функций, отражающих масштабы конечного потребления и сбережения, Т.Браун¹²⁹ так же расчленяет реальный располагаемый доход на заработную плату и доход от собственности. Не останавливаясь на достигнутом, ученый

¹²⁴ См: Бодкин Р. Кейнсианские эконометрические концепции: потребительские и инвестиционные функции в кн.: Современная экономическая мысль. Пер. с англ. - М., 1981. С.133.

¹²⁵ См: *Robinson J.* The Accumulation of Capital. - London, 1956; *Kregel J.A.* The Theory of Economic Growth. L., 1972. *Weintraub S.* An Approach to the Theory of Income Distribution; *Klein L.R. Goldberger A.S.* An Econometric Model of the Unlived States, 1929-1952. Amsterdam, North Holland, 1955.

¹²⁶ См.: *Kaldor N.* Alternative Theories of Distribution. // Review of Economic Studies, 1955-1956. Vol. XXXIII, № 61.

¹²⁷ Аналогичные выводы встречаются в работах С.Вайнтруба, Т.Брауна, Н.Голдсбергера, А.Тобина и других

¹²⁸ См: Бодкин Р. Указ. соч., с.138.

¹²⁹ Там же, С.129.

модифицирует исходную модель потребления, вводя в нее условную переменную, объясняющую смещение функций потребления и сбережения - это своего рода *потребительский стандарт*, с которым сравниваются возможности текущего потребления. В модели показатель уровня предыдущего потребления невелик, но существенно положительный, следовательно, предельная склонность к потреблению, рассчитанная на основе краткосрочной функции, несколько ниже, чем соответствующая величина этого параметра в функции, описывающей долгосрочные экономические процессы. Конечно, такой потребительский стандарт является дискретным фактором, так как влияние предыдущего уровня потребления постепенно ослабевает.

Неоклассическая функция потребления Действительно, и сами потребители понимают, что стоят перед принятием решения, затрагивающего временной выбор.¹³⁰ Прежде чем принять окончательное решение относительно использования располагаемого дохода, домохозяйствам приходится соотносить интересы сегодняшние с будущими. Так, согласно гипотезе *межвременного бюджетного выбора*, предложенной И.Фишером в рамках теории потребительского поведения, потребление определяется ожидаемым доходом в течение всей жизни человека, а не только текущим. В устойчивой экономике потребление в длительном периоде складывается из дохода второго периода и накопленных сбережений, включая проценты на эти сбережения. При этом потребитель имеет возможность занимать и накапливать сбережения. Для данного типа домохозяйств потребление зависит от текущей стоимости дохода в данном периоде и дисконтированной стоимости будущего дохода. Тогда функция потребления представляет собой $C = f(Y_1 + [Y_2 / (1 + r)])$. В условиях нестабильной экономики для тех потребителей, которые по ряду причин не имеют накоплений (молодая семья) и не могут занять средства (некредитоспособный человек), в силу низкого дохода, потребление определяется только уровнем текущего дохода.

Рассматривая расхождения между поведением краткосрочной и долгосрочной функциями потребления, ученые заметили, что уровень дохода колеблется на протяжении жизни человека, а сбережения позволяют домохозяйствам перераспределять доход с периодов, когда его уровень высокий на периоды, где этот уровень низкий. Такое толкование поведения домохозяйств положено в основу *гипотезы «жизненного цикла» Модильяни-Андо-Брумберга*¹³¹. Модель жизненного цикла исходит из предположения, что человек, планируя свое потребление, принимает во внимание соображения о вероятной продолжительности жизни

¹³⁰ Под межвременным выбором понимается выбор, который принимает во внимание различные периоды времени.

¹³¹ См.: *Modigliani F. Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations // American Economic Review 76 . 1986. № 6. P. 297-313.*

и ожидаемых доходах. Тогда ресурсы, которыми располагает потребитель в течение жизни, складываются из: первоначального богатства (W), текущего дохода до выхода на пенсию (R и Y) и дисконтированных будущих доходов ($S(I+r)$), - и равномерно распределяются по оставшимся годам (t). В этом случае, индивидуальная функция потребления имеет вид: $C = (1/t)W + (R/t)Y$. При условии, что каждое домохозяйство строит потребление подобным образом, то совокупная функция потребления сходна с индивидуальной, то есть $C = \alpha W + \beta Y$.

Поскольку размер богатства каждого домохозяйства не изменяется строго пропорционально годовому доходу, то высокий уровень текущего дохода предполагает низкую среднюю склонность к потреблению в краткосрочном периоде. Однако в более продолжительном временном отрезке существует связь между ростом богатства и дохода, отсюда отношение богатства к доходу постоянно, что предполагает постоянную среднюю склонность к потреблению. На основе модели жизненного цикла строятся некоторые прогнозы. В частности, прогнозируются изменения размеров сбережений в течение жизни человека. Если в молодости, как правило, человек не имеет существенных накоплений, то за годы трудовой деятельности человека делает необходимые сбережения, которые тратятся после выхода на пенсию.

Аналогично концепцию предложил Дж.Тобин. Согласно модифицированной модели потребление зависит как от величины располагаемого дохода, так и от объема богатства, или чистой стоимости имущества (за вычетом обязательств). Если полагать, что сбережения делают по разным мотивам, в частности из-за желания передать наследство, то следует признать, что распределение текущего дохода между сбережениями и потреблением находится в непосредственной зависимости от величины чистой стоимости имущества, принадлежащего потребителю. Чем выше эта величина, тем слабее стимулы к сбережениям, что со временем уровень богатства развивающегося общества растет, увеличиваются и размеры реальных доходов. Соответственно, краткосрочная функция потребления может постепенно смещаться вверх. Это происходит вследствие повышения уровня реального чистого богатства, что в свою очередь стимулирует дополнительное потребление. Этим же объясняется и повышательные сдвиги в поведении долгосрочной функции.

Рассматривая различия между краткосрочной и долговременной функцией потребления необходимо остановиться на *теории «перманентного» дохода М.Фридмана*.¹³² Автор отмечает, что значительная часть потребления определяется не изменением уровня (его снижением или ростом), а перманентным, устойчивым, привычным для человека доходом,

¹³² См.: *Friedman M. A Theory of the Consumption Function.*- Princeton, 1957.

причем в разные годы уровень этого дохода может испытывать случайные и временные изменения. В теории Фридмана, текущий доход рассматривается как сумма двух компонентов: «перманентного» постоянного дохода (Y^p) и «преходящего» временного дохода (Y^t). Первый компонент есть средний доход, который согласно ожиданиям сохранится в будущем, а второй - случайное отклонение от этого среднего значения, Перманентный доход формируется на основе факторов, которые действуют в течение продолжительного времени: материальное богатство, человеческий капитал; выбранная профессия, место работы и т.д. Тогда как временный доход порождается дискретными факторами, действие которых исчерпывается в пределах текущего периода. Длительность периода, на который ориентируются домохозяйства, планируя расходы, составляют по его оценкам 2,5 - 3 года. Гипотеза перманентного дохода исходит из того, что функциональная зависимость связывает компоненты потребления и постоянного дохода, а не временного, который, как правило, направляется на сбережения. Проверив свою теорию на обширном фактическом материале, М.Фридман приходит к следующим выводам. Во-первых, потребление пропорционально постоянному доходу, следовательно, потребительскую функцию необходимо представить как $C = \alpha Y^p$. Во-вторых, функция потребления зависит от отношения постоянного дохода к текущему доходу. Когда текущий доход временно превышает уровень постоянного, значение средней склонности к потреблению на время падает, в обратном случае, средняя склонность к потреблению - на время увеличивается, а предельная склонность к потреблению в рамках временного дохода равна нулю.¹³³ Отсюда, динамика потребления носит более устойчивый характер, чем динамика сбережений, и лишь частично зависит от прироста дохода. Думается, что колебания сбережений под влиянием временного компонента дохода, оказывают меньше, поскольку воздействие будущего дохода на потребление слабее, а влияние текущего сильнее, чем описано в модели М.Фридмана.

Таким образом, на третьем этапе сложилось «жесткое ядро» экономической теории потребления. Разработанные модели активно используются и в современном анализе потребительского поведения.

Четвертый этап – синтез теорий: микроэкономические основы макроэкономического анализа потребления (70-е . XX в. по настоящее время)

В ходе эволюции экономической теории в 70-х годах XX века разработаны новые методологические принципы - микроэкономические основы макроэкономического анализа. Начинается этап конвергенции в развитии теории потребления, то есть углубления изучения

¹³³ Жесткий постулат относительно нулевой предельной склонности к потреблению отвергнут в результате исследований Т.Майера, Р.Бодкина, Р.Бэрда, Г.Уоттса См.: Современная экономическая мысль. - М., 1981. - С.133-134.

макрэкономической динамики потребительского спроса на основе микроэкономического фундирования потребительского поведения. Происходит сближение микро- и макроанализа потребления, что значительно расширило аналитический инструментарий базовой теории за счет активного применения эконометрического моделирования.

Ключевую роль в развитии формализованного подхода в русле общего равновесия сыграл П.Самуэльсон¹³⁴. Особый вклад в формализацию экономических моделей внесли К.Эрроу и Ж.Дебрё¹³⁵. В макроэкономических исследованиях движение к равновесию рассматривается как вероятностный, стохастический процесс, основанный на корректировке ожиданий экономических агентов. Потребители и производители принимают решение об объемах спроса и предложения в разное время. Спрос формируется в условиях текущей конъюнктуры под воздействием действующих цен, а объем предложения определяется до начала производства¹³⁶. Научное осмысление происходящих процессов привело к разработке *теории ожиданий* экономических субъектов, заложенной ещё в 30-е годы Г.Мюрдалем, и введению их в макроэкономические модели.

Согласно *теории потребления «новых классиков»* нобелевских лауреатов М.Фридмана и Р.Лукаса поведение людей под влиянием ожиданий на микроуровне вводилось в виде изменения переменных в макроэкономические модели. Основная причина ожиданий - неуверенность в будущем. Следует отметить, что данная концепция включает три варианта: *теорию экстраполяционных, адаптивных и рациональных ожиданий*. Суть концепции экстраполяционных ожиданий заключается в том, что величина коэффициента ожиданий определяет поведение экономических агентов, но корректировки ожиданий в соответствии с результатами не предусматривается. В связи с чем общее равновесие достигается на основе *рационального выбора*, а не через механизм приспособления совокупного предложения и совокупного спроса.. Согласно второй, отдельные субъекты стремятся корректировать свое потребительское поведение, исходя из обнаруженных экономических тенденций, что означает прямое перенесение текущей конъюнктурной экономической ситуации на будущее развитие экономики. Так, например, ожидания будущей инфляции формируются населением на основе предшествующего и настоящего уровней инфляции. Причем изменение адаптивных ожиданий происходит лишь по мере того, как фактические события уже разворачиваются. Теория адаптивных ожиданий дополняется теорией рациональных ожиданий Ф.Найта, где

¹³⁴ Автономов В. Абстракция – мать порядка? // Вопросы экономики.- 2013.- № 4. – С. 18.

¹³⁵ В интерпретации данных авторов: «Экономика в теории – это особым образом определенное выпуклое множество, которое можно интерпретировать как объект, похожий на реальную экономическую систему». См. Автономов В. Указ. Соч. С. 19.

¹³⁶ Экономическая теория / Под ред А.И.Добрынина, Л.С.Тарасевича, 3-е изд. – СПб., 2000. – с.261.

предполагается, что домохозяйства имеют возможность оптимально использовать доступную информацию. Это позволяет им прогнозировать предстоящие изменения, руководствуясь собственной выгодой, принимать решения, которые максимально соответствуют их личным интересам и делают экономические меры правительства неэффективными. Пессимистические ожидания, связанные с повышением цен и вероятным дефицитом товаров приводят к повышению текущих потребительских расходов и снижению сбережений. Напротив, оптимистические прогнозы прироста доходов, стабилизация цен и прочее, побуждают домохозяйства сокращать потребление и вызывают рост сбережений.

Р.Холл, автор *гипотезы случайного блуждания*, одним из первых приметивший концепцию рациональных ожиданий для анализа потребления, показал, что при определенных условиях оценка домохозяйством своего перманентного дохода в этом году экстраполируется на ожидаемый доход следующего года. Отсюда, потребление домохозяйств в текущем периоде является значимой оценкой будущих расходов. Иными словами, потребление следующего периода C_t равно сумме текущего C_{t-1} и некой случайной компоненты et , отражающей непредвиденные шоки будущего года, которые могут оказать влияние на оценку домашним хозяйством своего перманентного дохода. Ученый приходит к выводу, что изменение в потреблении с течением времени непредсказуемы, так как потребление следует траектории случайного блуждания¹³⁷. Однако, как показывает опыт, теория случайного блуждания не совсем точно описывает реальную действительность, а изменения в динамике потребления в определенной мере поддаются прогнозированию.

Включение в число важнейших детерминант, определяющих типы потребительского поведения домохозяйств, адаптивных и рациональных ожиданий принципиально важно, поскольку уровень социально-экономической адаптивности во многом диктует способ формирования доходов и формы, в которых реализуются потребление и сбережение. Ключевым моментом здесь является усвоение большей частью домохозяйств моделей социально-экономической активности, адекватных постоянно изменяющимся условиям хозяйствования.

В рамках новой макроэкономики известность получила неокейнсианская *гипотеза двойного решения* Р.Клауэра, развитая в модели с фиксированными ценами А.Лейнонхуфнула. Данные модели потребления основаны на взаимосвязи рынка благ и рынка труда и трансмиссии неравновесия. Суть гипотезы двойного решения сводится в тому, что домохозяйства принимают решение о потреблении в два этапа: на первом планируют, исходя из сигналов цен, выбирают некий гипотетический объем потребления при полной занятости, на втором этапе,

¹³⁷ Hall K. Stochastic Implications of the Life Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence // Journal of Political Economy 86. 1978, p. 971-987.

обнаружив ограничения на рынке труда, домашнее хозяйство пересматривает свои первоначальные планы и учитывает неценовые или количественные сигналы.. Если домохозяйство не может достичь гипотетического предложения труда, то вынуждено приспособлять потребительский спрос, исходя из реального дохода, и вынуждено ограничить свое потребление.

Неоклассики разработали новую теорию потребительского выбора. Автор теории поиска Дж.Стиглер¹³⁸, а также Дж. Бьюкенен, помимо традиционных целей максимизации удовлетворения потребностей и наибольшей полезности выдвигают иные варианты целевой функции такие, как стабильность предпочтений, устойчивость вкусов, формирование привычек, стабильность традиций¹³⁹. Г.Беккер на основе исследования человеческого поведения и новой экономики домашнего хозяйства отвергает жесткую дихотомию между работой и досугом. Автор считает, что нерабочее время нельзя считать полностью свободным, поскольку значительная его часть посвящается особому виду деятельности «домашнему хозяйствованию». В связи, с чем следует различать «товары» (*goods*), приобретаемые на рынке, и «потребительские блага» (*commodities*), являющиеся конечным продуктом деятельности в домашнем секторе и фактическим источником полезности. Спрос предьявляется не на рыночные товары сами по себе, а на извлекаемые из них полезные эффекты, или атомарные объекты выбора, по терминологии Беккера. В конечном счете, потребителей интересует «не мясо, а бифштекс, не пылесос, а убранная комната, не обучение хорошим манерам, а вежливый ребенок»¹⁴⁰.

В работе «Модель жизненного цикла получения доходов» Дж.Хекман¹⁴¹ развил модель жизненного цикла предложения труда, получения доходов, потребления и нерыночной выгоды от образования. Предложенная им схема дала возможность проследить изменения в поведении домохозяйств на протяжении их жизненного цикла в зависимости от начального человеческого капитала и финансового богатства, рыночной процентной ставки, ставки налогов и способностей индивида. Такой подход обеспечил создание многоиндикаторной модели, параметры которой просто оцениваются, допуская перекрестное использование эмпирических данных из разных сфер.

¹³⁸ Стиглер Дж. Экономическая теория информации. / Теория фирмы Под ред В.М. Гальперина.. Вып.2 – СПб.: Экономическая школа, 1995. – с. 507-580

¹³⁹ Беккер Г. Экономика семьи и макроповедение: [ст. из США] // США. Экономика, политика, идеология. – 1994 - № 3.- С.. 98

¹⁴⁰ Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории./ Пер.. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2003.

¹⁴¹ Heckman J.J. Varieties of selection bias // American Economic Review. - 1990. - Vol. 80 (2).

Впоследствии экономисты стали применять теорию общего равновесия, разработанную микроэкономикой, к динамическим аспектам макроэкономики, что позволило дать новые оценки параметров агрегированной функций потребления, создать основания для новых теорий экономического роста.

В 1960-е годы разработаны неоклассические динамические оптимизационные модели роста, в которых встроены поведение потребителей и эндогенные нормы сбережения, в частности модель Рамсея-Касса-Купманса (1964), особенностью которой является стремление авторов усреднить и стандартизировать экономических агентов имеющих идентичные наборы предпочтений: домохозяйства – одинаковую полезность, фирмы – одинаковую производственную функции. Одной из первых теорий, основанных на предпочтениях гетерогенных агентов, стала модель с перекрывающимися поколениями П.Самуэльсона и П.Даймонда.(1965), где существуют две большие группы домохозяйств: молодые – выходящие на рынок, и старые, выходящие на пенсии, функции полезности которых не совпадают.

Прорыв в экономической теории произошел в середине 80-х годов, в результате возникновения новой волны теорий сконцентрированных на поиске внутренних источников постоянного роста и исследовании воздействия на него экономического поведения рыночных субъектов. В этом методологическом ключе разработана теория реального делового цикла Ф.Кюдланда и Э.Прескотта¹⁴². Модель RBC построена на основе двух фундаментальных положениях о поведенческих отношениях: 1) репрезентативные фирмы максимизируют прибыль на основе производственной функции с постоянной отдачей от масштаба; 2) репрезентативные домохозяйства максимизируют ожидаемую полезность на бесконечном временном горизонте, принимая в каждый период времени решения относительно уровней предложения труда, потребления, сбережений, инвестиций, определяющих запас капитала. В этой модели конкурентное равновесие является решением межвременной оптимизационной задачи домохозяйства. Конкретный вид модели RBC определяется предположением, что фирмы и домашние хозяйства функционируют в конкурентной окружающей среде.

Особую группу представляют модели, связывающие рост с неравномерностью распределения богатства. В теории преобладают три основных направления, объясняющие воздействие неравномерности распределения на потребления и экономический рост. Первая группа включает теории «новой политической экономии», объясняющие воздействие неравномерности распределения доходов и богатства через переменные государственной политики на основе механизма голосования (Т.Перссона, Г. Табеллини, А.Алезина, Д.Родрик). Вторая группа объединяет теории социального конфликта, связывающие неравномерность

¹⁴² *Kydland F., Prescott E. Business Cycle: real facts and monetary myth. - Quarterly Review. Vol. 14. № 2. Spring, 1990*

распределения со снижением социально-политической стабильности, снижения уровня жизни, и как следствие экономической не стабильности сбережений и инвестиций как факторов роста (Р. Перотти, А.Торнелл, А.Веласко, Ф. Бургиньон и др.), что особенно актуально на современном этапе. Третья группа моделей связывает влияние неравномерности со степенью несовершенства кредитного рынка, исследуются последствия разнородности индивидов одного и того же поколения в связи с изъянами кредитного рынка и эффекты перераспределительной государственной политики (Ф.Ферейра, Р.Бенабоу).

По мнению исследователей, существенное продвижение в новейших разделах макроэкономической теории произошло на основании использования микроэкономических принципов исследования ¹⁴³.

Рассуждая о применимости вышеперечисленных гипотез для построения модели функции потребления в условиях российской экономики, следует отметить ряд их существенных недостатков: во-первых, модели ограничиваются во многом количественной стороной проблемы распределения дохода на потребление и сбережение, не учитывая качественной характеристики данного процесса; во-вторых, большинство из указанных теорий изучается на высоком уровне математической абстракции, что усложняет разработку реальных моделей потребления, делает ее трудно применимой для практического использования. В-третьих, закономерности, лежащие в основе моделей, действительно имеют место на практике, но с большей силой проявляются в условиях стабильно развивающейся экономики. Поэтому при построении модели потребительского поведения домохозяйств важно исходить из особенностей самого трансформационного периода.

В 70-е годы Стиглиц Дж, Спенс М., Шапиро К. Акерлоф Дж, открывают новую ветвь - *экономическую теорию информации*. Исследователи разрабатывают теорию неблагоприятного отбора и моральных рисков, изучают рынки с асимметричной информацией и их последствия для потребительского выбора. Важнейшая заслуга авторов информационной парадигмы заключается в том, что они доказали сложившиеся предпосылки неклассического подхода не работают в новых условиях и требуется поиск новых объяснительных схем поведения экономических агентов на рынках. Особое внимание уделялось информационной асимметрии на рынках «лимонов», потребительскому, страховому, кредитному и рынку труда.

По этому поводу Р.Коуз особенно подчеркивает, что современная экономическая теория оторвалась от реальной практики, однако невозможно рассматривать экономику как науку об ограниченности и выборе, игнорируя влияние общества, истории, культуры и

¹⁴³ Рудакова И.Е., Никифоров А.А. Макроэкономическая теория: проблемы, версии, полемика. - М.: Дело и Сервис, 2013. – с. 26-27.

политики на хозяйственную жизнь человека¹⁴⁴. По мнению В.Автономова примерно с 2000 г. наметился разворот экономической теории в сторону большей реалистичности, эмпирической направленности эконометрических моделей, который условно называет «новым эмпиризмом». Степень абстрактности и теоретической строгости в этих моделях существенно меньше, чем в моделях общего равновесия¹⁴⁵. Новые модели потребления конструируются с помощью теории игр, включают разнородных (гетерогенных) экономических агентов, используют элементы поведенческой, институциональной, эволюционной теорий.

Отдельного внимания заслуживает *российская экономическая мысль* в области развития теории потребления. Ретроспективный анализ показывает, что потребление оставалось на периферии научного интереса гуманитарного и обществоведческого знания, а экономика преимущественно изучала человека непотребляющего, считая эту деятельность естественной, биологической, и незаслуживающей внимания.

Одной из первых работ в области потребления домохозяйств стала теория семейно-трудового хозяйствования, разработанная выдающимся русским экономистом А.В. Чаяновым. Экономическую динамику крестьянской семьи в дореволюционной России характеризовал показателем трудонапряженности, т.е. отношением числа едоков к числу работников. Исследовал потребительские бюджеты крестьян с применением маржиналистской функции предельной полезности.

В советской научной мысли работы, посвященные потреблению, развивали И.Аничинкин, Э.Агабабян, А.И.Левин, А.Ю.Воробьев, И.И. Столяров, И.Н.Шутов. В отечественной политэкономии вопросы личного потребления и сбережения рассматривались в связи с исследованием народно-хозяйственного комплекса страны. Так, в 60-70-е годы активно велась дискуссия по проблеме соотношения общественных фондов потребления и накопления. Ряд ученых, среди которых С.Г.Струмилин, Н.Ковалев, Я.А.Кронрод и другие, подчеркивали необходимость постоянного сохранения достаточно высокой доли в национальном доходе фонда накопления, обеспечивающего поступательные темпы расширенного воспроизводства. В противовес им А.Г.Занегин, В.Дадаян, А.И.Ноткин, К.К. Вальтух¹⁴⁶ доказывали правомерность увеличения размеров фонда потребления с целью повышения уровня жизни населения. Высказывались и альтернативные точки зрения. Это

¹⁴⁴ Коуз Р. Спасти экономику от экономистов // Harvard Business Review. - 2013. - Апрель. - с. 28

¹⁴⁵ Автономов В. Указ. соч. С. 20.

¹⁴⁶ Вальтух К.К. Целевая функция потребления: анализ и практическое использование. Новосибирск: Наука, 1980.; Немчинов В. Экономико-математические методы и модели. М., 1962; Струмилин С. К проблеме оптимальных пропорций // Плановое хозяйство. 1962. № 6; Ноткин А. Оптимальное сочетание накопления и потребления и норма накопления / Проблемы политической экономии социализма. - М., 1960.

дало толчок исследованию некоторых аспектов личного потребления, интенсивность рассмотрения которого приходится на 80-е годы, когда в сферу научного анализа стали включать проблематику специфических экономических функций потребления.

Позднее появились работы, где потребление рассматривалось как самостоятельный процесс. Столяров И.И. в своем исследовании четко разграничивает понятия: *потребление*, рассматривающееся как самостоятельный акт, как процесс использования потребительных стоимостей, удовлетворяющих те или иные потребности, есть физиологический акт, и *потребление* как экономический процесс, связанный с воспроизводством рабочей силы, входящим в систему экономических отношений¹⁴⁷ Лагунов В.Я. уточняет определение потребления, впервые рассматривает как экономическую систему, также учитывает ее воспроизводственный характер. Система потребления раскрыта как совокупность отношений субъектов жизнедеятельности общества по обеспечению рациональных возможностей воспроизводства соответствующих объектов потребления на основе персонификации интересов субъектов потребления¹⁴⁸;

В отечественной науке исследования потребления в общем ведутся на основании следующих подходов:

- 1) Институционально-социологический и цивилизационная парадигма;
- 2) Подход с позиции экономики развития и развивающихся стран;
- 3) Исторический подход к изучению системных факторов общественного развития.

Российская экономическая мысль¹⁴⁹. последних лет в направлении исследования потребления включала следующие аспекты. Гужва Е.Г. (СПб, 2000) разработала теорию потребления на основе формирования концептуального подхода к развитию национальной экономики, выдвинула гипотезу о существовании трех основных типов потребления: индустриального общества, общества массового потребления, постиндустриального общества., Голуб Н.И. (Саратов, 2000) применила рисковый подход к изучению личного потребления, Сараев В.В. (СПб, 2007) предпринял анализ теоретических аспектов тенденций потребления, выделил модели потребления на микроуровне, обозначил проблемы манипулирования потребительским выбором со стороны производителей. Демченко С.К. (Красноярск, 2009) изучала структурные сдвиги в потреблении и накоплении и их влияние на макроэкономическую

¹⁴⁷ Столяров И.И. Личное потребление и социальное производство. – М. Высшая школа, 1983. - 272 с.

¹⁴⁸ Лагунов В.Я. Система потребления в экономически обособленных территориальных комплексах: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 Москва, 1995 121 с.

¹⁴⁹ Гужва Е.Г. Теория потребления: концептуальные подходы к развитию национальной экономики: автореф. дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Санкт-Петербург, 2000: Голуб Н.И. Личное потребление в переходной экономике России. – Саратов, 1998.

динамику. Россинская Г.М. (Уфа, 2009) исследовала особенности потребительского поведения домохозяйств в современных условиях, применяет многоуровневый подход, Рыбалкина О.А. (Самара, 2011) занимается проблемой развития потребительского спроса в постиндустриальном обществе, Володина Д.Д. (Москва, 2011) изучением формирования типов постиндустриального потребителя, Лисневский Д.Э. (Москва, 2013) исследованием воздействия поведения потребителей на цикличность экономического развития

Анализ диссертационных исследований в оцифрованной форме из фондов Российской государственной библиотеки за период с 2000 года позволил выявить следующие тенденции:

- 1) *недостаточность исследований* незначительное количество работ (30 из 2000 в целом) по данной тематике, объясняется сложностью и фундаментальностью феномена потребления;
- 2) *фрагментарность* изучения теории потребления, широкий тематический разброс;
- 3) *контрцикличность* в исследовании теории потребления, интерес к проблемам потребления возрастает в периоды экономического спада и снижается на этапе экономического роста;
- 4) *активизация междисциплинарных исследований* в области потребления по философии, социологии, психологии, математике.

Пятый этап - коэволюция (флуктуация) теорий потребления (настоящее время)

Коэволюция применительно к научной теории означает совместное исследование феномена потребления как элемента социально-экономической системы с позиций различных наук, *соразвитие* теорий, их параллельное существование и эволюция. Коэволюция теорий потребления основана на *междисциплинарности*, т.е. исследований одного и того же явления с разных теоретических и практических ракурсов в рамках общей экономической науки, и *мультидисциплинарности*, т.е. интеграции парадигмальных методологических принципов различных наук, в предметную область которых включено потребление. Практическая значимость мультидисциплинарного (полидисциплинарного) методов чрезвычайно высока, они играют роль инструмента в конкретной науке, с их помощью могут измениться онтологические и гносеологические представления об объекте науки¹⁵⁰. Мультидисциплинарный анализ обогащает экономическую теорию потребления и может быть реализован в рамках системного подхода, позволяющего исследовать не только финансово-экономические, но и социальные, философские, культурные, психологические, исторические детерминанты потребительской активности человека.

¹⁵⁰ По области применения в научных исследованиях выделяются дисциплинарные (частнонаучные), междисциплинарные, мультидисциплинарные (полидисциплинарный), трансдисциплинарные методы, последние предлагают собственную «картину мира» Подробнее: *Мокий М.С.* Трансдисциплинарная методология экономических исследований: автореф. дисс. д.э.н. М, 2010. С. 21-22

а) В экономической теории потребления сегодня приобретают актуальность исследования в междисциплинарных областях науки.

На третьем и четвертом этапе наблюдается бурное проникновение математических наук синтез теории, использование методов экономической кибернетики, эконометрики (микроэконометрика и макроэконометрика). На современном пятом этапе оформились самостоятельные разделы – эволюционная экономика, поведенческая экономика, экономическая психология, экспериментальная экономика, нейроэкономика, биоэкономика, в предметное поле которых попадает теория спроса и потребительского поведения.

В стремительно изменяющейся экономике нашего времени многообразные стороны потребительской деятельности людей приобрели особое значение. В современном мире материальные результаты деятельности сильно зависят от нематериальных мотивов, от обстоятельств морального, нравственного порядка, от ожиданий людей, их доверия, ощущений и прочее, эффект от которых никак не соответствует отсутствию данных явлений в объясняющих экономических моделях.

Изменяющаяся реальность требует изменения методологии познания с явным усилением междисциплинарности (экономический империализм) и прикладным использованием полевых исследований (экспериментальная экономика) для корректировки экономического поведения.

В экономической теории имеют место альтернативные подходы к изучению потребления. Параллельно с неоклассикой и неокейнсианством активно развивается *эволюционная теория потребления*, в рамках которой исследуется взаимосвязь экономического роста и особенностей потребительского поведения, изменения моделей потребления. Так, С.Меткаф полагает, что поведение потребителей формирует ориентиры, следуя которым производители могут транслировать новые технологические возможности в конечные товары и услуги, пользующиеся спросом. Л.Пазинетти разрабатывает многосекторные модели, где экономический рост и структурные изменения связаны с долгосрочными изменениями в потребительском поведении, вызванные потреблением новых товаров и услуг. Б.Лоусби обращает внимание, что существует конфликт между растущим потенциалом знаний и ограниченной познавательной способностью человека. Инновационность потребителя зависит от различий индивидов, во-первых, при восприятии проблемы, во-вторых, от реакции на проблему в их воображении. Р. Лангуа и В. Рупрехт утверждают, что существенную роль играют потребительские знания и процесс обучения потребителей¹⁵¹..

¹⁵¹ См. Меткаф С., Пазинетти Л., Лоусби Б. и др. в кн.: Рост потребления и фактор разнообразия: новейшие исследования западных и российских эволюционистов: Сб. статей. Пер с англ. - М.: Дело, 2007.

Так во второй половине XX века активно развивается *маркетинг* как прикладное направление исследований спроса потребителей. Основатели данного направления Ф.Котлер, Т. Левит, Т.Гир, Дж. Ройт, Л.Бенсон, П.Дойль, Т.Амблер¹⁵², разработали концепцию управления производством и сбытом товаров на основе изучения человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. В центре внимания маркетинга оказались исследования потребительских рынков, сегментация потребителей и выявления целевых аудиторий, разработка, позиционирование и продвижение товаров и услуг, вопросы ценообразования, методы стимулирования продаж, модели покупательского поведения, которые имеют важное практическое значение для предприятий, работающих в потребительском секторе. Однако специфика маркетинговых исследований заключается в том, что в них отдается предпочтение не выработке нового знания об ассоциированном потребителе и потреблении как виду деятельности, а получению разнообразной информации об индивидуальном потребителе, осуществляющем выбор на рынке, его запросах и экономических возможностях.

Другим ответвлением становится теория *поведения потребителей*, связанная с изучением мотивации, методов воздействия на потребителя, процессов принятия решений о покупке с учетом индивидуальных различий, поведенческих реакций и влияния внешней среды на потребительское поведение. Поведение потребителей относительно молодая отрасль экономической науки, появившаяся в 80-х годах прошлого века благодаря трудам, Дж.Энлжела, Р. Блэкуэлла, П.Миниарда, К. Севела, Дж. Джекобсона.¹⁵³ Данное направление получило широкое распространение в отечественной науке в работах В.Алешиной, В. Ильина, Н.Римашевской, А.Овсянникова, И.Петтай¹⁵⁴ и других авторов.

Значительное число проблем в сфере потребления выходят за рамки традиционных экономических теорий и требуют отображения в рамках других концептуальных схем общественного развития и других концепций, развивающих как предмет, так и методологию экономической науки. По мнению А.В. Овруцкого, занимающегося исследованием потребления в рамках социальной философии¹⁵⁵

¹⁵² Котлер Ф. Основы маркетинга. / Под ред Пеньковой Е. – Новосибирск: Наука, 1992; Levitt T. Marketing Myopia // Harvard Business Review. – 1960. - №7-8.- р. 45-56; Дойль П. Маркетинговое управление и стратегии. – СПб, Питер, 1998; Амблер Т. Маркетинг от А до Я. – Спб. 1999; и др..

¹⁵³ Sevel C. Customer for Life. – N.Y.1990.; Jacobs J. Cities and the Wealth of Nations. – N.Y., 1994; Энджел Дж, Блекуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. – Спб., 1999 и др.

¹⁵⁴ Римашевская Н.М. Моделирование потребительского поведения: теория, метод, эксперимент. – М., 1982; Алешина В. Поведение потребителей. – М.: ФАИР-пресс, 2000; и др.

¹⁵⁵ Овруцкий А.В. Социальная философия потребления: методологические и теоретические аспекты. – Ростов-на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2010. - с. 162-166.

- Концепция потребления способна интегрировать многочисленные научные исследования о потреблении, также стать теоретической базой для разработки конкретных способов коррекции потребительских девиаций и дисфункций потребления.
- Внутренней логикой развития экономической теории, которая эксплицирует интерес науки к мультидисциплинарному феномену потребления и способна дать системный, целостный подход к закономерностям возникновения, функционирования и проявления потребления в современных условиях.

На данном этапе активно включились в разработку теории потребления представители смежных гуманитарных наук.

Философский подход Необходимость осмысления усложняющегося бытия и становление человека в современном мире, вызванного переходом от индустриального к постиндустриальному, информационному обществу, предполагает философский подход к изучению потребительского поведения человека. (С.Н.Булгаков, Ю.М.Осипов, А.В.Овруцкий, Э.Фромм).

Основы данного подхода заложены в фундаментах трудах С.Н. Булгакова. Ученый представляет хозяйственную жизнь как «обмен веществ, как круговорот или чередование вдыханий и выдыханий». На языке политической экономии вдыханиям соответствует производство, а выдыханиям – потребление. Хозяйственный круговорот складывается из двух этих актов, потребления и производства, «это суть основные функций хозяйства»¹⁵⁶.

С позиций философского подхода основные характеристики: потребления сводятся к следующему 1) уплотнение и гомогенизация социального пространства. Ускорению и максимизации обмена товарами и услугами способствует экономическая система франчайзинга за счет утверждения единообразных потребительских стандартов, «макдонализации» 2) деколлективизация потребления – перевод потребительских практик, имеющих раньше общественно-организованный характер, в сферу индивидуально-организованного потребления (частная школа, частный дом, частная машина. Последствие разрушение социального капитала общества; 3) формирование потребительского образа жизни, устойчивого образца потребительских действий; 4) Общество организуется как аналог системы вещей. Предметы собираются в наборы или коллекции; 5) само потребление становится заменой любой социальной активности (этическое потребление – современный способ реализации своих политических прав, отстаивания своих интересов в форме отказа от покупки); 6) потребление

¹⁵⁶ Булгаков С.Н. Философия хозяйства. С. 34.

выступает как гуманитарная конфликтологическая технология¹⁵⁷, обладающая существенным потенциалом стабилизации общества. Купируются серьезные расовые и классовые социальные конфликты за счет символического наделения незащищенных слоев населения знаками креативного потребления¹⁵⁸.

По мнению Овруцкого А.В.¹⁵⁹ современное общество отражает следующие тенденции в потреблении:

- Секуляризация потребления, выведение потребительского процесса из сферы сдерживающего аскетического воздействия религиозной нормировки,
- Аксиологические изменения – появление новых потребительских общественных регуляторов: культура потребления, потребительская этика, мораль, легимитизация потребления, включение в ценностные структуры индивидуального массового сознания))
- . Шопоголизм – специфический феномен, тотальная организация повседневности, отличная от покупки товаров в прошлом.

В последнее время активно развивается *социологический подход* (Ж.Бодрийяр, П.Бурдьё, В.Радаев, Я.Рощина, О.Шкаратан) к исследованию феномена потребления. Оформилось новое направление *социология потребления*, в предметном поле которой такие аспекты как мода, образцы и культура потребления, стили и образ жизни. В экономической социологии потребление рассматривается в контексте социального воспроизводства, как пространство реализации классовых различий; стратификации социальной структуры.

Французский социолог Ж.Бодрийяр¹⁶⁰ отмечает появление «общества потребления», которое достигло такого состояния развития, что главной чертой является новая роль потребления, охватывающая все сферы жизни. Потребление становится всеобщей организацией повседневности, появляется гомогенизация благ первой необходимости, счастье выражается через уровень потребления, благосостояние измеряется в вещах и комфорте. Потребление реализуется как система знаков и символов, как определенный язык.

Постиндустриальная система социализирует и контролирует массы людей не только как производительные силы, а как силы потребления. Участие в труде стимулируется через необходимость потреблять. Согласно Ж.Бодрийяру в новом обществе эксплуатация лежит не только в сфере труда, но и сфере потребления.

Социологи рассматривают потребление как инструмент поиска и конструирования индивидуальной идентичности. Имеются попытки включить в целевую функцию и

¹⁵⁷ Овруцкий А.В. Указ соч. - С. 173.

¹⁵⁸ Кляйн Н.С. Указ соч.- с. 114.

¹⁵⁹ Овруцкий А.В. Указ соч. - С. 173.

¹⁶⁰ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, 2006.

социальные факторы. Известна гипотеза М.Фишбайна и И.Айзена¹⁶¹, где на принятие решения относительно распределения дохода воздействуют два фактора: первый - суммарная оценка всех последствий данного варианта поведения, умноженная на их вероятность; второй - сумма оценок данного поступка всеми людьми, чье мнение имеет для человека значение. Таким образом, гипотеза включает оценку поведения субъекта, которая может стать главной детерминантой поведения, вследствие того, что веса этих факторов могут меняться.

Особый интерес вызывает *эволюционная концепция* Дж. Фостера. Любой вид экономической деятельности, в том числе и по распределению доходов на потребление и сбережение, рассматривается как приобретение энергии для воспроизводства внутренней структурной характеристики человека, то есть вкусов, умений, навыков, знаний. Под мотивацией Дж. Фостер понимает максимизацию координации между субъектом сознания и внешней средой¹⁶². В результате такого взаимодействия и формируются навыки, вкусы и т.д. Однако негативные воздействия внешних условий могут вызвать деформацию внутренней структуры человека, защищаясь, субъект пытается творчески изменить внешний мир, воплощая в своей деятельности идеи, другие продукты собственного сознания, которые соотносит с уровнем притязаний. Если результат взаимоотношений удовлетворительный, то уровень притязаний поднимается, ставятся более высокие цели. В обратном случае, человек впадает в состояние фрустрации, происходит снижение уровня притязаний и общей самооценки, что сильно уменьшает творческий потенциал и требует много сил для восстановления. Отсюда, известная инертность потребительского поведения субъектов.

Сторонники исторической школы К.Книс, Б.Шильдебранд в области исследования экономического поведения потребителей особо выделяют национальный характер населения и исторически сложившийся уровень культуры в обществе. По их мнению, субъектом потребления двигают попеременно эгоистические и альтруистские побуждения. К последним относятся чувство общности, чувство справедливости, чувство долга.

Интересный подход к исследованию потребления и благосостояния предложен в рамках исторической антропологии, разработанной П.Линдертом, Дж.Комлосом, Б.Н.Мироновым. А.Олмстенда¹⁶³. Ученые предлагают использовать альтернативные показатели потребления – дефинитивный средний рост людей, который должен приниматься в экономической науке в качестве замещающего интегрального индикатора уровня жизни, получившего в специальной литературе название биологического статуса. Его использование опирается на доказанный в

¹⁶¹ *Fishbein M., Ajzen I. Belief, attitude, intention, and behavioral.* –Reading, 1976

¹⁶² *Foster J. Evolutionary macroeconomics.* – London, 1987. - p. 135.

¹⁶³ *Мировно Б.Н. Благосостояние населения и революции в имперской России: XVIII – начало XX века.* - М.: Новый хронограф, 2010. – 911 с.

биологии факт, что средний рост людей характеризует степень удовлетворения их первичных потребностей. Люди, чьи базисные потребности удовлетворены лучше, как правило, превосходят ростом, тех, у кого степень удовлетворения физиологических потребностей ниже. Из данной парадигмы следует, что в рамках одного этноса высокие взрослые и дети, обладают более мощным биостатусом, чем низкие ростом. Иными словами, данные о среднем росте позволяют оценить как удовлетворяются базисные потребности жителей страны, и сделать выводы о динамике благосостояния населения в целом. Не вдаваясь в дискуссию по поводу данной теории, все же отметим, что одни из самых высоких людей в мире проживают в Норвегии и Швеции, одних из самых благополучных стран.

Психологический подход. Под влиянием глобализации и информатизации общества в современных условиях происходит усложнение, эволюционное расширение и появление нового научного направления исследований - поведенческой экономики. Под поведенческой экономикой понимается синтез психологии и экономики, взаимосвязь человеческой психологии и экономического поведения рыночных агентов. В западной научной литературе¹⁶⁴ данное направление появилось в 1960-70-х гг. и активно разрабатывалось выдающимися учеными психологами Д. Канеманом, А. Тверски, П.Словик и экономистами Дж. Акерлофом, Р.Шиллером, В.Смитом, Д.Ариели¹⁶⁵. В российской экономической мысли первые исследования в области экономической психологии принадлежат В.Соколинскому, А.Китову, С.Малахову¹⁶⁶. Фундаментальный вклад в теорию психологической экономики внес Б.Райзенберг, который выделил три основных направления исследования – психология денежного поведения, психология трудового поведения, управленческая психология¹⁶⁷. В основе поведенческой экономики эксперимент как метод приращение научного знания.

В рамках поведенческой экономики методологический подход изначально связан с критикой рациональности в поведении человека, способности которого ограничены вследствие недоступности полной информации и подверженности привычкам, эмоциям. Исследователи акцентируют внимание на двух важных аспектах экономического поведения:

- Нерациональность – явление временное, неравновесное состояние субъекта
- Иррациональность имеет систематические закономерности, которые можно измерять

¹⁶⁴ Автономов В.С. Человек в зеркале экономической теории. – М., 1995.

¹⁶⁵ Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. Пер. с англ. П.Миронова – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

¹⁶⁶ Соколинский М. Психологические основы экономики. – М.: Юнити, 1999; Китов А. Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987; Малахов С. «Экономический человек» и рациональность экономической деятельности // Психологический журнал. - 1990.- № 6.

¹⁶⁷ Райзенберг Б.А. Психологическая экономика. - М.: ИНФРА-М., 2005

Исследователи отмечают необходимость учета данных закономерностей в экономических моделях равновесных и кризисных процессов в экономике¹⁶⁸.

Целевая функция потребителя усложняется и приобретает новое качество - творческий характер удовлетворения потребностей. При этом феномен творчества относится скорее к области скачка от уровня текущей потребности в существующих товарах и услугах к уровню «перспективной» потребности, которая заключается не только в увеличении собственного благосостояния, но и в самоорганизации, стремлении к совершенству, к достижению большего контроля над внешними обстоятельствами. Помимо традиционных, появляются специфические мотивы потребительской деятельности такие, как обеспечение душевного комфорта, в самом процессе деятельности и принятии решений, установление непротиворечивой системы ценностей, своего эмоционального равновесия, избегание чрезмерного напряжения и так далее. Целевая функция выступает не столько как желаемый результат, сколько как критерий эффективности процесса выбора. Следует заметить, что творчество, качественные скачки, сложные духовные мотивации не поддаются моделированию¹⁶⁹.

Г. Саймон¹⁷⁰, одним из первых рассмотрел психологические факторы в теории принятия решений, вместе с Дж. Марчем стали основоположниками «бихевиористской» теории, суть которой заключается в трактовке психологических аспектов поведения потребителей в процессе выбора и покупки ими товаров с целью выявления их мотивации и преимуществ. В процессе исследований ученый разработал модель ограниченной рациональности, которая отражает ограниченность познавательных способностей индивида в получении, сохранении, обновлении и обработке информации¹⁷¹. Принять единственное правильное решение относительно потребления или сбережения, чтобы максимизировать выгоду, экономическому агенту просто не хватает вычислительных возможностей. Проблема заключается не в недостатке информации, скорее в том, что её слишком много, чтобы обработать. В связи с чем, у потребителя с его ограниченными информационными и вычислительными возможностями не может быть полной функции полезности, которая позволила бы сравнить разнородные альтернативы и процесс принятия решений сводится к поиску удовлетворительного варианта.

В рамках психологического подхода, Дж. Шэкл¹⁷² разрабатывает концепцию экономического воображения, где необходимой предпосылкой настоящего активного выбора

¹⁶⁸ Гурьев С. Скромность и компетентность / Аклерлоф Дж, Шиллер Р. С.7-9.

¹⁶⁹ Марцикевич В.И., Соболева И.В. Экономика человека. - М., 1995. С.29,35.

¹⁷⁰ Саймон Г. А. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. - Т.1. Вып. 3.

¹⁷¹ Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Вехи экономической мысли. Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. - СПб.: Экономическая школа, 2000. - Т. 2:

¹⁷² Shackle G.L.S. Imagination and the nature of choice. – Edinburgh, 1979.

выступает *незнание*, которое раскрепощает воображение, играющее в акте выбора первостепенное значение. Цель творческого выбора определяется им, как достижение хорошего эмоционального состояния человеком.

Не менее актуальна *теория когнитивного диссонанса*, разработанная Л.Фестингером¹⁷³. Под когнитивным диссонансом понимается избежание субъектом состояния психологического дискомфорта, которое возникает вследствие внутреннего противоречия в системе убеждений. Явление когнитивного диссонанса особенно распространено там, где велико влияние неопределенности, что свойственно российской экономике. Оно, во-первых, порождает временной лаг между получением информации и реакцией на нее; во-вторых, блокирует поступление негативной информации; в-третьих, заставляет субъектов принимать решения, учитывая не только будущее, но и прошлое. Когнитивный диссонанс можно уменьшить несколькими способами: заблокировать одно из противоречащих друг другу убеждений; приобрести дополнительную информацию, которая поможет прояснить суть противоречия; предпринять действие, которое устранил один из диссонирующих элементов. Из этих альтернатив, как правило, выбирается та, которая вызывает наименьшее противодействие. Отсюда следует, что люди склонны скорее игнорировать отрицательную информацию, чем менять свою линию поведения.

Особый интерес в области мотивации экономического поведения домохозяйств вызывает эволюционная концепция Дж. Фостера¹⁷⁴. Любой вид экономической деятельности, в том числе и по распределению доходов на потребление и сбережение, рассматривается здесь как приобретение энергии для воспроизводства внутренней структурной характеристики человека, то есть вкусов, умений, навыков, знаний. Под мотивацией Дж. Фостер понимает максимизацию координации между субъектом сознания и внешней средой. В результате такого взаимодействия и формируются навыки, вкусы и т.д. Однако негативные воздействия внешних условий могут вызвать деформацию внутренней структуры человека, защищаясь, субъект пытается творчески изменить внешний мир, воплощая в своей деятельности идеи, другие продукты собственного сознания, которые соотносит с уровнем притязаний. Если результат взаимоотношений удовлетворительный, то уровень притязаний поднимается, ставятся более высокие цели. В обратном случае, человек впадает в состояние фрустрации, происходит снижение уровня притязаний и общей самооценки, что сильно уменьшает творческий потенциал и требует много сил для восстановления. Отсюда, известная инертность потребительского поведения субъектов.

¹⁷³ *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса. - СПб., 1999.

¹⁷⁴ *Foster J.* Evolutionary macroeconomics. – London, 1987 - p. 135.

Изменения экономического поведения домохозяйств на микроуровне объясняют некоторые психологические теории мотиваций, имеющие применение в теории потребления. В частности, психологический вариант целевой функции К.Байера состоит в минимизации риска при распределении дохода на потребление и сбережение, это особенно актуально в условиях депрессивной экономики.

Проблему мотивации потребительского поведения целесообразно проанализировать под углом зрения теории экономических циклов. Среди множества различных классификаций теории цикла наибольший интерес для исследования данной проблемы представляет субъективно-психологическая концепция цикла, которая исходит из того, что специфические психологические факторы определяют траекторию экономического поведения субъекта. Причем они не сводятся к действию объективных причин, а наделяются самостоятельным значением, поскольку верховенство эмоций, слабость рационального расчета, ошибки, подверженность постороннему влиянию наиболее ярко проявляются именно в моменты поворотных критических точек экономического цикла.

В рамках этой концепции особое место занимает *теория систематизации психологических факторов* В.А.Йора¹⁷⁵. В качестве факторов, усиливающих циклические колебания соотношения потребления и сбережения в условиях неопределенности, автор выделяет: во-первых, текущее состояние конъюнктуры, в частности выполнение или невыполнение ожиданий предшествующего периода; во-вторых, эмоциональное состояние экономических субъектов - массовое настроение пессимизма или оптимизма, которое с разной скоростью охватывает различные группы населения; в-третьих, «учреждение», то есть действия, совершаемые исходя из ожидаемого изменения конъюнктуры в ближайшем будущем, связанное с движением потребительских цен; в-четвертых, денежную иллюзию, то есть веру в неизменную ценность денежной единицы; в-пятых, «циклическую память», т.е. уверенность в том, что после подъема наступает спад, и наоборот. Согласно этой теории, решения относительно распределения дохода на потребление и сбережение подвержены внешнему воздействию социально-психологических факторов, иначе говоря, своеобразной «психологической инфекции», которая дестабилизирует развитие и вызывает девиации потребительского поведения.

Существенный вклад в развитие поведенческой экономики вносит теория Дж. Катона¹⁷⁶, который пытается синтезировать микро- и макроэкономические подходы к изучению потребительской функции, предназначенной, для объяснения и прогнозирования

¹⁷⁵ *Johr W.A. Die Konjunktursschwankungen. – Tübingen, 1952.*

¹⁷⁶ *Katona G. The powerful consumer. – New York, 1960; Idem. Psychological economics. – New York., 1975.*

циклического движения экономики. Автор делит все потребительские расходы и сбережения: на контрактные (обязательные) и дискреционные (необязательные). Контрактные виды потребления и сбережения, включающие расходы на предметы первой необходимости, жилищно-коммунальные и транспортные услуги, отчисления во внесударственные пенсионные и страховые фонды, осуществляются, как правило, по привычке и зависят только от размеров дохода. Тогда как дискреционные расходы на товары длительного пользования и необязательные сбережения определяются влиянием промежуточных психологических переменных, таких, как мнения, ожидания, настроения, притязания, - промежуточные в том смысле, что всякое воздействие объективных экономических факторов на потребление и сбережение идет только через них. Цикличность объясняется изменением структуры личного потребления в пользу товаров первой необходимости, которые в условиях депрессивной экономики определяется состоянием растущего пессимизма, вызываемое различными причинами. К ним относятся, прежде всего, инфляция через влияние роста цен на ухудшение ожиданий и настроений, а также меры, принимаемые правительством: повышение налогов, сокращение государственных расходов, ужесточение условий кредитов и прочие. В ходе кризиса самочувствие населения остается на низком уровне в результате роста безработицы, угрозы потери работы, сверхурочных и т.д. Ухудшение настроений усиливает неблагоприятное влияние на потребление со стороны уменьшающихся располагаемых доходов. Психологический механизм выхода из кризиса Дж. Катона связывает с тем, что часть домохозяйств, у которых доходы существенно не снизились, воспринимают этот факт как личный успех в борьбе с трудностями и начинают с оптимизмом смотреть в будущее.

Следует добавить, что учеными выявлена еще одна важная закономерность: переход людей к более зажиточному образу жизни избавляет их от необходимости скрупулезно рассчитывать как употребить свои скудные средства, и высвобождает многие субъективно-психологические факторы их экономического поведения¹⁷⁷.

Таким образом, в экономической науке оформились самостоятельные разделы – эволюционная экономика, поведенческая экономика, экономическая психология, экспериментальная экономика. Новые направления пытаются объяснить экономический мир без опоры на методы и концепции ортодоксальной теории. Это порождает *вызовы*, перед которыми стоят все исследователи, работающие в области экономической теории.¹⁷⁸

¹⁷⁷ См: Ротшильд К., Шмельдерс Г., Лоу А. В кн. Автономов В.С. Человек в зеркале экономической теории. - М., 1993. С.91

¹⁷⁸ Рудакова И.Е. Экономическая теория перед новыми вызовами: методологический аспект/ Методологический семинар кафедры политической экономии МГУ

б) *Нанoeкономический подход в исследованиях экономического поведения потребителя*

Экономическая наука постепенно расширяет, предметно дифференцирует и идентифицирует уровни анализа теории и практики экономической жизни общества. Формирование современной научной парадигмы требует новых подходов к методологии исследования экономических отношений. В настоящее время получил распространение уровневый подход. Под влиянием глобализации и информатизации экономики в современных условиях происходит усложнение, эволюционное расширение и появление новых аналитических направлений исследования: от *макроэкономики* к *мегаэкономике* и от *микроэкономики* к *наноэкономике*.

В западной научной литературе понятие «наноэкономика» впервые появилось в 1987 году и введено в научный оборот выдающимся экономистом К.Эрроу. Под *наноэкономикой* автор понимает теорию экономического поведения индивидуальных экономических агентов в рыночных и нерыночных условиях¹⁷⁹. Различные аспекты наноэкономики рассматриваются в работах Р.Коуза, О.Вильямсона (теория транзакционных издержек, связанных со стимулами и договорным процессом, требует «наноэкономические знания»), Г.Симонса (теория исследования явлений на уровне анализа более высокого порядка (глубинный уровень), Р.Лукаса (теория одиночных транзакций при формировании решений участниками рынка)¹⁸⁰. В российской экономической мысли первые исследования в области наноэкономики «как экономики физических лиц» появились в 1996 году и принадлежат Г.Б.Клейнеру¹⁸¹. Фундаментальный вклад в теорию наноэкономики внес О.В.Иншаков, который выделил три основных направления исследования - *утилитаристский, бихевиористский и эволюционистский*¹⁸²

В целом, наноэкономика представляет собой совокупность экономических отношений производства, распределения, обмена и потребления на уровне первичных субъектов – *индивидуальных экономических агентов* - в процессе их непосредственной экономической

¹⁷⁹ Arrow K. Reflections on the essays. / Arrow and the Foundations of the Theory of Economic Policy. – L.: Macmillan, 1987.

¹⁸⁰ Williamson O., Winter S., Coase R. The Nature of the Firm: Origins, Evolution and Development. Oxford University Press, 1993; Lucas R. Nanoeconomics and the unintended consequences of fixed-profit contact award policies // Space Programs and Technologies Conference. Huntsville, AL. Sept. 24-26, 1996.

¹⁸¹ Клейнер Г.Б. Наноэкономика. // Вопросы экономики. – 2004. - № 12.

¹⁸² Иншаков О.В. Наноэкономика и экономическая генетика. - Волгоград, 2007.

деятельности, в их действиях и операциях, направленных на обеспечение эффективного использования ограниченных ресурсов для удовлетворения безграничных потребностей¹⁸³.

Проблема исследования экономического поведения является синтетической, находится на пересечении интересов практически всех сфер научных исследований, занимающихся изучением человека: философии, экономики, социологии, психологии и т.д. Нанонаука развивается под влиянием естественнонаучных дисциплин, таких как информационные технологии, электронная техника, биохимия, атомная микроскопия, физика и др. На основе нанотехнологий развивается информационная экономика, создаются принципиально нового качества рабочие места, изменяются качества потребительских товаров и способы передачи информации, что создает возможности более глубокого изучения единичного экономического агента – *индивида*.

В информационной экономике, основанной на знаниях, возрастает роль человека, который является носителем и создателем нового знания. Поскольку наноэкономика – это уровень индивидуального экономического агента, то разнообразие его экономического поведения дает основу для понимания его роли в новой экономике. Это вызывает необходимость выделения из общей экономической теории нового направления научно-прикладного исследования - *наноэкономики*, предметом изучения которой является экономическое поведение индивида, в том числе в сфере потребления (табл. 2-1).

Таблица 2-1

Методологическая основа наноэкономики

Уровень исследования	Объект исследования	Предмет исследования	
Наноуровень	Человек, индивид	Экономическое поведение и деятельность индивидуальных экономических агентов	Трудовое Предпринимательское Потребительское Финансовое Инновационное

Таким образом, можно утверждать, что на современно этапе идет процесс эволюционного расширения предмета и метода теории потребления, за счет интеграции с другими науками. Экономическая теория потребления дает системное понимание сферы потребления, механизмов её функционирования. Развитие экономической теории потребления в обобщенном виде представлено на рис. 2-2. Прикладные науки отражают многообразие подходов и методов изучения потребительской деятельности. Объединение усилий разных наук создает более достоверную и реалистическую теорию, которая позволяет на практике более эффективно прогнозировать будущие тенденции и закономерности потребления.

¹⁸³ Манахова И.В. Наноэкономика: многоуровневый подход к исследованию экономических отношений // Известия СГУ. Новая серия. Экономика. Управление. Право. Том 11.– 2011. – Вып. 2. – с. 8-12.



Рис. 2-2. Развитие экономической теории потребления

2.2. Потребление как многоуровневая система социально-экономических отношений

С развитием цивилизации и общества развивается и совершенствуется потребление. Этот процесс носит объективный характер и выражается всеобщим законом возвышения потребностей. *Потребности* определяют направленность экономической стратегии общества, выражают на сущностном уровне его целевую функцию. *Уровень потребления* является основополагающим критерием социально-экономического развития. *Структура потребления* предопределяет движение общественного воспроизводства, его направленность, динамику, результативность, задает границы экономического пространства. Глубокое исследование системы потребления, отношений, составляющих его содержание, структуры и динамики - одно из ключевых направлений теоретических разработок современной экономической теории

Научная методология исследования экономических явлений и процессов предполагает начало анализа с уточнения понятийного аппарата, затем рассмотрения содержания. Потребление является одной из фундаментальных категорий экономической теории. Однако до сих пор не сложился единый подход к определению данной категории. В отечественной литературе доминирует воспроизводственный подход, рассматривающий потребление через призму производства. Личное потребление трактуется как совокупность общественных отношений между экономическими субъектами по поводу приобретения и использования *материальных* благ и услуг для удовлетворения потребностей человека и воспроизводства его *рабочей силы*. Обратная взаимосвязь влияние потребления на функционирование экономики, активная роль потребителей, динамика их поведения, практически не изучалась

В зарубежной экономической теории потребление рассматривается в основном через призму обмена. В рамках неоклассики в качестве объекта изучения выступает экономическое поведение покупателя на рынке¹⁸⁴. Отсюда, потребление домохозяйств определяется как суммарные затраты доходополучателей на оплату потребительских благ¹⁸⁵. С этих позиций потребление представляет собой стоимостную форму некоторой части денежного располагаемого дохода, которая непосредственно расходуется на приобретение товаров и услуг. Однако чисто количественный подход к оценке потребления не дает реального представления об уровне и качестве жизни населения.

Разные авторы в зависимости от использованной методологии высказывают диаметрально противоположные точки зрения по поводу дефиниции потребления (табл.2-2)

¹⁸⁴ *Московский А.И.* Современные экономические институты. – М.,2012. – с.71

¹⁸⁵ *Макконнелл К., Брю С.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. М.,1993. Т.1. С.108.

Основные подходы к определению категории «потребление»

Основные подходы	Определение категории
<i>Потребление как акт обмена</i>	
Функциональный подход Энгель Э, Госсен Дж ,	Потребление как зависимость от дохода и благосостояния
Маржиналистский подход Маршалл А., Парето , Слуцкий, Неоклассический подход Дж Хикс,	Потребление как своего рода отрицательное производство, в процессе чего происходит утилизация полезности Потребление - акт выбора, тождественный покупке. Способность блага удовлетворить потребность есть полезность
Кейнсианский подход Кейнс Дж..	Потребление является важнейшей составляющей эффективного спроса, фактор экономического роста
Количественный подход Макконнелл К., Брю С.	Личное потребление представляется как суммарные затраты доходополучателей на оплату потребительских благ.
Инвестиционный подход Беккер Г., Шульц Т.	Потребление – своего рода производство, инвестиции в человеческий капитал (потенциал)
<i>Потребление как экономические отношения</i>	
Политэкономический подход К.МарксЮ Ф.Энгельс	Потребление – конечная фаза воспроизводства, детерминированная движением капитала
Воспроизводственный подход Столяров И.И.	Разграничивает понятия; <i>потребление</i> , рассматривающееся как самостоятельный акт, как процесс использования потребительных стоимостей, удовлетворяющих те или иные потребности, есть <i>физиологический акт</i> и <i>потребление</i> как экономический процесс, связанный с воспроизводством рабочей силы, входящим в систему экономических отношений
Системный подход Лагунов В.Я.	Потребление как система представляет собой совокупность отношений субъектов жизнедеятельности общества по обеспечению рациональных возможностей воспроизводства соответствующих объектов потребления на основе персонификации интересов субъектов потребления ¹⁸⁶ ;
Исторический подход Голуб Н.И.	Система воспроизводственных отношений, ориентированных на получение максимальной полезности от использования благ каждым индивидом; опосредованная стадией исторического развития. Потребление всегда адресно, качественно и количественно определено потребностями в благе и возможностями общества и самих потребителей, физиологическими и психологическими особенностями людей.
Цивилизационный подход Гужва Е.	Потребление как тип организации общества, сфера деятельности людей, формирующих всю совокупность человеческих качеств.
Производственный подход Россинская Г.М.	Потребление представляет собой производство особого рода: в процессе потребления происходит производство базовых потребительских благ, непосредственно входящих в целевую функцию потребителя. Потребитель, используя товары и услуги, в процессе потребления извлекает из них полезные эффекты и тем самым удовлетворяет свои потребности.
<i>Альтернативные подходы</i>	
Социологический подход Т. Веблен, Ж.Бодрийяр	Потребление – пространство реализации классовых различий; стратификации социальной структуры Потребление - инструмент поиска и конструирования индивидуальной идентичности
Утилитаристский подход Радаев В.В.	Потребление – это использование полезных свойств того или иного блага, сопряженное с удовлетворением личных потребностей человека и расходом (уничтожением) стоимости данного блага ¹⁸⁷
Философский подход Овруцкий А.В.	Потребление является биологическим процессом системного снижения энтропии в пространстве экономических отношений ¹⁸⁸ .

¹⁸⁶ Лагунов В.Я. Система потребления в экономически обособленных территориальных комплексах : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 Москва, 1995 121 с.

¹⁸⁷ Радаев В.В. Экономическая социология. – М.: ГУВШЭ, 2005. – с. 352.

¹⁸⁸ Овруцкий А.В. Социальная философия потребления: методологические и теоретические аспекты. – Ростов-на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2010. - с. 9.

Авторский подход заключается в разработке системно-интеграционного подхода, предполагающего исследование потребления как явления и как процесса в единстве его экономического и социального содержания, количественных и качественных характеристик.

Потребление как явление представляет собой совокупность *социально-экономических* отношений между субъектами хозяйствования (потребителями, производителями и государством) по поводу удовлетворения системы индивидуальных и общественных потребностей, нацеленных на всестороннее и гармоничное развитие человека. Цель развития общества: реализация системы потребностей каждого человека. Чем выше уровень социально-экономического развития страны, тем выше общий уровень потребления.

Потребление как процесс является частью процесса общественного воспроизводства, на котором происходит: во-первых, приобретение, использование, употребление, применение, продукции, вещей, благ товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей; во-вторых, создаются условия для производства и накопления человеческого потенциала (капитала) и реализуются потребности в развитии личности человека.

В процессе потребления материальных, духовных и социальных благ осуществляется их присвоение. Поскольку присвоение происходит в рамках общества и определенного социума, то отношения потребления принимают определенность социальной формы. Это означает, что отношения потребления жизненных благ, находящихся, как правило, в коллективном пользовании, обуславливают воспроизводство социальных отношений, влияют на изменение этих отношений, на степень тесноты и характер взаимосвязи между субъектами.

Рассмотрение потребления в единстве экономического и социального воспроизводства означает выявление диалектической взаимосвязи между ним и остальными фазами воспроизводственного цикла - производством, распределением и обменом. Характер производства и труда, его организационные формы обуславливают характер личного потребления, формы его организации. Потребление есть реализованная, развитая и конкретная потребность. Именно потребность связывает производство и потребление. Будучи опосредованной производством, в процессе движения через обмен и распределение, потребность принимает платежеспособную форму и переходит в потребление. К.Маркс отмечал, что без потребности не существует производства, но только потребление как процесс воспроизводит потребность¹⁸⁹. Отношения распределения и обмена вскрывают отношения неравенства, заложенные в производстве, определяют различия в потреблении различных социальных групп и индивидов. Взаимосвязь между потреблением и фазами общественного воспроизводства проявляется в потребительском поведении двояко: с одной

¹⁸⁹ Из рукописно наследства К.Маркса // Маркс К., Энгельс Ф Соб. Соч. 2-е изд. Т. 12.- - С. 717-717

стороны, при организации производства и купли-продажи предметов потребления должны учитываться возрастающие потребности и запросы потребителей, с другой – становление новых социальных отношений и взаимодействий влияют на потребительское поведение, формируют иерархичную систему потребностей, производную от этих отношений.

Потребление в концентрированном виде отражает совокупность общественных отношений всех предшествующих стадий воспроизводства и обратно воздействует на экономические отношения на всех стадиях воспроизводственного процесса.¹⁹⁰ Потребление, выступая компонентом воспроизводственного процесса, одновременно является формой и механизмом реализации социальной структуры общества, ее противоречий и деформаций. Именно в сфере потребления, в конечном счете, проявляются складывающиеся в обществе социально-экономические отношения, происходящие на предшествующих этапах воспроизводственного процесса.

Для исследования сложных, многогранных, подвижных отношений потребления как экономического явления системно-интеграционный подход выступает общей методологией, позволяет обеспечить единое и целостное рассмотрение изучаемого явления. Системность нацеливает на всесторонний анализ отношений потребления в целостности и непрерывности их развития, исследование объективных и субъективных факторов, детерминант, процессов, механизмов трансформации в объективной реальности.

В основе системного подхода лежат следующие принципы¹⁹¹

- *Принцип целостности* - допущение о том, что явления взаимосвязаны между собой, и исследование любого из них должно осуществляться с учетом этого единства. (любое явление - часть системы более высокого уровня, а система состоит из множества относительно самостоятельных подсистем).
- *Принцип историзма* – система является самоорганизующейся и развивающейся.
- *Принцип структуризации* позволяет выделять и анализировать элементы системы, а также взаимосвязи между ними.
- *Принцип иерархичности строения систем* – каждая система опирается на соподчиненность входящих в нее подсистем.
- *Принцип множественности* - возможность применения разных моделей (кибернетических, экономических, аналитических) для описания системы и ее элементов.

¹⁹⁰ *Россинская Г.М.* Экономическое поведение потребителя: закономерности и особенности в условиях переходной экономики. – Уфа: Гилем, 2007.- с. 67

¹⁹¹ *Тарануха Ю.В.* Системный подход к анализу конкуренции./ Презентация на методологический семинар.

Интеграционность позволяет разработать современную теорию потребления, которая органично включает разнообразие характеристик потребления как мультидисциплинарного феномена, отразить его место и роль в экономической системе общества, позволяет показать многообразие форм проявлений, исследовать динамику потребительского спроса в кратко- и долгосрочных периодах..

Исходя из этих методологических положений *система отношений потребления* может быть истолкована: во-первых, как составная часть более общей системы воспроизводственных отношений, выступающая результатом, заключительной стадией, аккумулирующей выгоды и издержки всех предшествующих стадий и обратно воздействующая на социально-экономические отношения на всех других стадиях процесса воспроизводства; во-вторых, как необходимый элемент всей экономической системы общества, поэтому по отношению к ней представляет собой конкретную подсистему (сферу деятельности), открытую для связи с другими; в-третьих, потребление как самостоятельный процесс осуществляет свое собственное, отличное от других систем движение, свою организацию и закономерности развития, где потребитель играет главную роль,. Однако следует учитывать, что такое деление является условным..

Системно-интеграционный подход дает понимание важных зависимостей и закономерностей трансформации потребления на разных уровнях, выявления механизма функционирования и условий эффективности реализации потребительских отношений, раскрывает взаимосвязь микрооснований поведения потребителей и их влияние на макроэкономическую динамику, отражает обратные связи воздействия уровня экономического развития, объемов ВВП и национального дохода на потребительское поведение.

При этом в основу исследования можно положить следующие идеи:

- *первая идея* заключается в том, что отношения потребления можно отнести к системам временного типа, где элементы связаны диахронными отношениями в аспекте прошлое-настоящее-будущее;
- *вторая идея* – отношения потребления являются синергетической системой. Взаимодействие означает процесс движения системы. Когда устанавливается соотношение между микроуровнем индивидуальных решений и макроуровнем динамических коллективных процессов в обществе, возникает эффект синергии, что дает стохастическое описание макродинамики¹⁹²;
- *идея третья* – отношения потребления представляют собой систему, образующую самоорганизующее целое. Отношения постоянно меняются,

¹⁹² См.: Князева Е.Н. Сложные системы и нелинейная динамика в природе и обществе // Вопросы философии. 1998. № 4. С. 138-143.

преображаются, каждый раз происходит активная смена состояний в общей экономической системе, их перестроение, самоприспособление к изменяющейся среде. «Смена состояний системы, или движение системы в системе, - отмечает Ю.М. Осипов, - необходимый момент самоорганизации»¹⁹³. Самоорганизация системы отношений потребления происходит в процессе приспособления к внешней среде, который выступает как процесс эволюционного развития;

- *четвертая идея* – элементам системы отношений потребления присуще свойство неравномерности, неравновесности, асимметричности, нелинейности развития, что приводит к циклическим колебаниям экономики;
- *главная идея* состоит в том, что система отношений потребления - это форма воспроизводства таких условий жизнедеятельности субъектов, которые способствуют повышению их благосостояния посредством удовлетворения возвышающихся потребностей на основе формирования возможностей экономического роста в обществе. Главным интегральным качеством выступает воспроизводственный характер¹⁹⁴.

Последовательность развития отношений потребления определяется двумя взаимосвязанными признаками - устойчивостью и изменчивостью системы. Устойчивость представляется как внутренняя форма развития, благодаря которой система отношений потребления становится относительно обособленной от других систем. Таким системообразующим и системосохраняющим фактором выступает ее структура¹⁹⁵. В соответствии с указанным подходом понятия «система» и «структура» органично взаимосвязаны. Структура понимается как одна из существенных характеристик системы, раскрывающая ее внутреннюю архитектуру и стабильные связи между элементами. В определенном смысле она является своеобразной моделью или заместителем системы. Благодаря структуре система, постоянно изменяясь, остается идентичной самой себе¹⁹⁶.

Ориентация на изучение отношений потребления в качестве системы, состоящей из взаимосвязанных элементов, образующих целостное единство, предусматривает комплексный подход¹⁹⁷. В данном контексте система отношений потребления выступает как особая подсистема хозяйствования, сфера потребления, где функционируют субъекты,

¹⁹³ Осипов Ю.М. Опыт философии хозяйства. - М., 1990. - С. 20.

¹⁹⁴ Манахова И.В. Развитие системы отношений (потребление-сбережение) в экономике России. дисс. на соис. степ. к.э.н., - Саратов. 2000.

¹⁹⁵ См.: Землянхуина С.Г. Диалектика общего и специфического в процессе развития системы производственных отношений. - Саратов, 1990. - С. 12.

¹⁹⁶ См.: Аскин Я.Ф. Принцип единства мира: многообразие аспектов. - М., 1980. - С. 17.

¹⁹⁷ Суть его заключается в том, чтобы, исходя из некоего множества объектов, прийти к системе, осуществляя при этом деятельность системно, взаимообусловлено, целостно.

ставятся цели, определяются объекты, осуществляется деятельность, достигаются определенные результаты (рис.2-3).

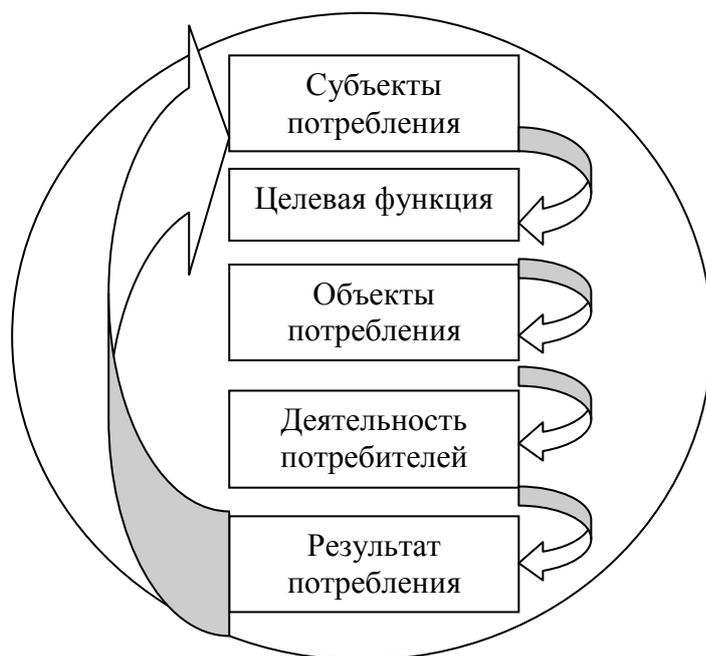


Рис. 2-3. Структурные элементы системы отношений потребления

Субъектом потребления выступает человек, имеющее двойственную природу, с одной стороны, как биологическое существо, с другой стороны, как существо социальное, вступающее во взаимодействие с другими людьми. Объекты потребления (товары или услуги) являются результатами человеческого труда. Следовательно, субъект потребления вступает в отношения с другими людьми, чтобы иметь возможность потреблять.

По субъекту потребления выделяется:

- производственное потребление предприятий и организаций (использование ресурсов в процессе производства)
- непроизводственное потребление индивидов и домохозяйств (личное потребление благ людьми).

По объекту потребления различают материальные блага и услуги. Услуги не имеют вещной формы их нельзя накопить, они потребляются в процессе оказания.

По способу удовлетворения потребностей бывает индивидуальное (в рамках ведения домашнего хозяйства) или коллективное (через систему общественных организаций) потребление. К коллективным видам потребления относятся групповое потребление в рамках неформальных объединений потребителей. Субъект потребления может не совпадать с субъектом спроса, когда непосредственным потребителем является другое лицо, например, дети.

Целью отношений потребления является удовлетворение потребностей человека. Отличительным признаком отношений между субъектами по поводу удовлетворения потребностей является возможность формирования в сознании людей ценностных установок, которые складывается в силу культуры, воспитания, менталитета и мировоззрения¹⁹⁸. в соответствии с определенной ступенью исторического развития

Целевая функция потребителей включает функцию благосостояния и функцию полезности производимых и потребляемых благ в обществе. Однако неправомерно отождествлять конечную цель только с максимумом потребления материальных благ и услуг и их полезностью. В современных экономических условиях возникают новые потребности, они возрастают количественно и усложняются качественно, что корректирует целевую функции, обогащая её новыми установками (культурными, ментальными и т.д.), формируемыми под влиянием трансформации общества. Расширяются критерии полезности, в их состав включаются новые элементы, которые под влиянием внешних условий превращаются во внутренние мотивы потребительской деятельности, т.е. интериоризируются¹⁹⁹.

По мнению ученых, в реальной экономике имеют место множественные полиморфные цели, которые образует своеобразный портфель²⁰⁰. Потребитель помимо максимизации полезности может преследовать и другие цели – альтруистические, благотворительные и т.д. Усиление кризисных явлений в экономике трансформирует целевую функцию в сторону минимизация рисков потребителя. Отсюда, рациональное экономическое поведение субъектов потребления, связанное с принятием решений, заключается в *оптимизации портфеля целей*, а не максимизации единственной цели.

Потребности выражают те социально-экономические условия жизни, к достижению которых стремятся субъекты потребления. Потребностям и интересам противостоят реальные ресурсы, находящиеся в распоряжении отдельных людей, домохозяйств, социальных групп, регионов и общества в целом.

В реальной экономической практике потребности проявляются в превращенных формах. Одной их таких форм является спрос. Потребности и спрос соотносятся как форма и содержание. Развитие реального спроса, предъявляемого на рынке, определяется как законом возвышения потребностей, воздействующим на его потребительскую сторону, так и законами товарного производства, влияющими на платежеспособную сторону. Формирование спроса –

¹⁹⁸ Мокий М.С. Трансдисциплинарная методология экономических исследований: автореф. дисс. д.э.н. - М, 2010. - с. 19

¹⁹⁹ Россинская Г.М. Особенности потребительского поведения домохозяйства в условиях трансформации российского общества: авт.дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2009. - с. 13

²⁰⁰ Рудакова И.Е., Никифоров А.А. Макроэкономическая теория: проблемы, верисии. Племика.- М. 2013. – с. 53

это единый процесс, охватывающий потребности и платежеспособные возможности потребителя. Воздействуя на потребительскую сторону, общество тем самым непосредственно регулирует потребности. Использование стоимостных рычагов оказывает влияние на платежеспособную сторону спроса, через неё – на потребности. При этом важно учитывать зависимость потребительского спроса от различных факторов, величина и соотношение которых влияют на реализацию отношений потребления.

Потребительский спрос есть стоимостная (денежная) форма выражения отношений потребления, которая связывает структуру потребностей со структурой произведенного продукта, и соответственно оказывает влияние:

- на структуру производства, а следовательно на структуру экономики;
- на социальную структуру, а следовательно на структуру общества.

Потребительский спрос отражает многообразные и сложные явления и процессы в сфере потребления. В условиях информационной экономики осуществляются многомерные качественные трансформации потребления на всех уровнях: возникают новые потребности, углубляется дифференциация предпочтений и способов их удовлетворения, расширяются масштабы спроса.

В основе процесса потребления лежат экономические отношения между субъектами по поводу объектов (потребительских благ). Однако, в условиях рыночных отношений эта связь опосредована движением денежных потоков, следовательно, объектом воздействия выступают не только товары и услуги, но потоки доходов и расходов домохозяйств. Отсюда, потребление как вид экономической деятельности представляет собой рациональный процесс присвоения благ, опосредованный деньгами. При этом экономическое действие всегда имеет социальное содержание²⁰¹.

Характеристиками потребительской деятельности являются *осмысленность* (рациональность), *детерминированность* экзогенными (экономическими, социальными, культурными, политическими) и эндогенными (биологическими, психологическими) факторами, *активность*, *инвенциональность* (социальная направленность потребления), *функционирование* в пространстве и во времени²⁰².

Понимание потребления как деятельности позволяет вычленять три вида экономических отношений: субъект-субъектные (взаимодействие потребителей с другими экономическими субъектами), субъект-объектные (воздействие на предметы потребления), объект-субъектные

²⁰¹ Шабалина М.А. Социэкономика. – М., 2012. – с. 66.

²⁰² Овруцкий А.В. Социальная философия потребления: методологические и теоретические аспекты. – Ростов-на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2010. - с. 9.

(обратные связь - информация о реакции объекта).. Исходя из целевых установок домохозяйств, они воздействуют на объекты через потребительскую деятельность (рис.2-4).



Рис.2-4. Теоретико-методологическая модель отношений системы потребления

Экономическая деятельность субъектов в сфере потребления реализуется посредством экономического поведения потребителей, которое в современных условиях чрезвычайно усложняется. Можно предположить, что потребительское поведение, как механизм реализации отношений потребления, включает различные формы деятельности:

- *Покупательское поведение* потребителя в сфере обмена.
- *Финансовое поведение* потребителя в сфере распределения
- *Производственное поведение* в домашних условиях
- *Инвестиционное поведение* в сфере накопления человеческого потенциала

Поведение потребителя связано с выбором и принятием решений относительно оптимального использования, имеющихся в их распоряжении ресурсов (пространства, энергии, материальных ресурсов, времени, усилий, денежных средств) с целью удовлетворения потребностей. Ведущая роль в осуществлении потребительского выбора отводится самим

потребителям, их субъективным предпочтениям. При этом активность поведения потребителя зависит от степени развитости потребностей, его желаний, имеющихся у него возможностей.

На уровне домохозяйства потребительский выбор связан с несколькими важными решениями:

1. Принятие решения о выборе времени труда и свободного времени предполагает соизмерение напряженности труда и предпринимательской деятельности со степенью удовлетворения потребностей членов домохозяйств (уровень дохода). Неудовлетворенность потребностей в связи с низким уровнем дохода стимулирует к труду в общественном производстве.
2. Принятие решения о распределении дохода на потребительские расходы и сбережения (структура расходов) основано на межвременном выборе между настоящим и будущим потреблением, который определяется настоятельностью потребностей и возможностями их удовлетворения в зависимости от имеющихся ограничений.
3. Принятие решения о выборе товаров и услуг (структура потребления) зависит от полезности того или иного блага для потребителя, имеющего свою шкалу предпочтений. Потребительский выбор определяется исходя из степени значимости, уровня насыщенности, количества и качества приобретаемого блага.

Принятие всех решений потребителем осуществляется комплексно, неразрывно во времени, что подчеркивает связь потребления с другими фазами общественного воспроизводства (рис.2-5).

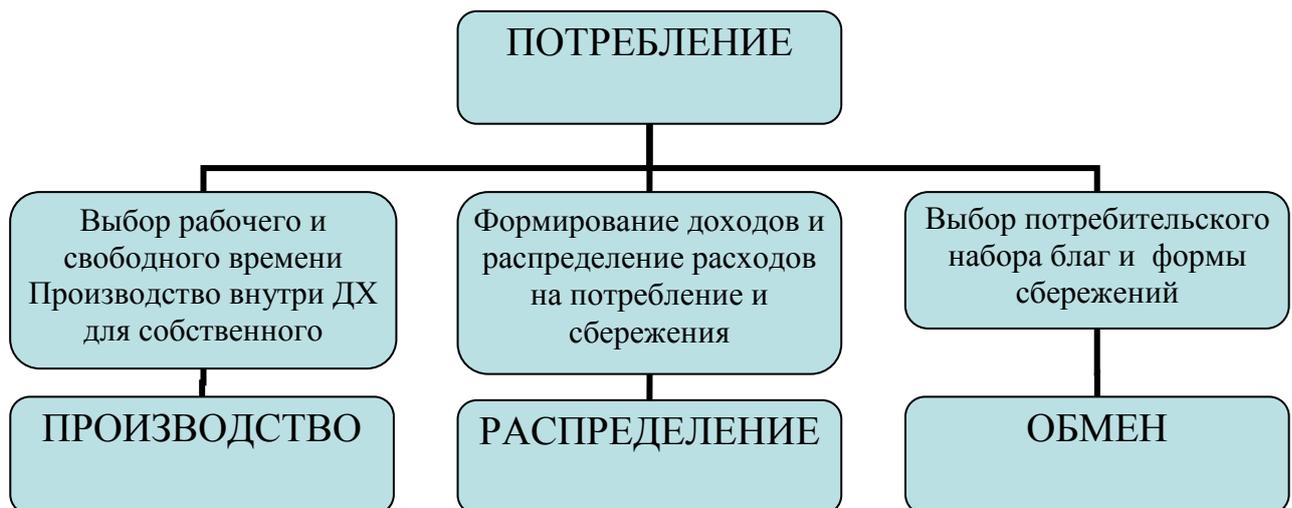


Рис.2-5 Взаимосвязь стадий воспроизводственного процесса через призму потребления

Результатом потребительской деятельности является удовлетворение потребностей. Степень удовлетворения потребностей отражает уровень благосостояния населения и является барометром инновационного развития, задает стимулы и ограничения модернизации и устойчивого долговременного роста национальной экономики. В обратной связи, внешним лимитирующим фактором удовлетворенности потребностей являются ограниченные экономические возможности производства товаров и услуг. Наиболее эффективным следует считать такой результат, в котором цель в максимальной степени отображает систему потребностей человека. Следовательно, оценка личного потребления домохозяйств должна представлять такой набор количественных и качественных характеристик и индикаторов, которые пригодны для практического применения и позволяют достаточно оперативно оценивать реальную ситуацию и тенденции изменения в области удовлетворения потребностей как всего населения в целом, так и отдельных потребителей. В индустриальной экономике таким критерием выступает *уровень жизни* населения. В новой экономике, где потребление смещается в сторону нематериальных благ, таким критерием является *качество жизни*. При этом важно учитывать конечную неопределенность выбранного критерия и необходимость его уточнения и корректировки в процессе функционирования системы.

Проявлением трансформации как процесса системных изменений является усложнение, эволюционное расширение социально-экономического содержания потребления на основе применения *уровневого подхода*. Так, согласно неоклассического принципа единственно реальным экономическим субъектом потребления признается – индивид²⁰³, с позиций кейнсианства субъектом национальной экономики – домохозяйство. Однако многие авторы отмечают, что домохозяйства и индивиды не тождественны друг другу²⁰⁴. В соответствии с принципом методологического индивидуализма только индивиды принимают решения. В связи с этим поведение домохозяйств на рынках объясняется на основе индивидуального поведения с учетом целевой функции и ограничений, с которыми сталкиваются экономические агенты при принятии решений. Именно эта характеристика, по мнению А.Е.Шаститко, позволяет говорить о наноэкономическом, или микро- микроэкономическом подходе²⁰⁵.

По мнению Г.М.Россинской, с одной стороны, некорректно использовать методологический принцип индивидуализма для исследования потребительского поведения домохозяйств, поскольку ему приписываются свойства и реакции, закономерности индивида, хотя они носят комплексный характер и реализуются коллективно; с другой, правомерно,

²⁰³ *Щиховец В.В.* Трансформация функций домохозяйств в условиях глобализации. – М., 2008,

²⁰⁴ Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ). Часть 1.

Домохозяйства современной России. Под ред Р.Нуреева. – М., 2003; *Олейник А.Н.* Домашние хозяйства и другие организационные структуры// Вопросы экономики. – 1999. - № 12.

²⁰⁵ *Шаститко А.Е.* Новая институциональная экономическая теория. 3-у изд. – М, 2002. – с.36.

поскольку домохозяйство как экономический субъект функционирует в рыночном пространстве - *рационально* максимизируя свое благосостояние и минимизируя свои затраты в условиях институциональных ограничений²⁰⁶. Сложность проявляется в том, что индивидуализм реализуется к внешней среде, но в тоже время выступает результатом внутрисемейного индивидуализма²⁰⁷. Суринов А.Е. также различает понятия «домохозяйство» как группа лиц, проживающих вместе и имеющих общий бюджет, в противовес «домашние хозяйства» как элемент сектора национальной экономики²⁰⁸. Исследователи считают домохозяйство – это микроуровень исследования потребительского поведения семьи, а домашнее хозяйство - это макроуровень населения страны. К аналогичным выводам приходит автор в работе, посвященной экономике домашних хозяйств.

Общепринято, что основным базовым субъектом многоуровневой системы потребительских отношений выступает домохозяйство. Однако Россинская Г.М., впервые применившая уровневый подход к исследованию потребительского поведения, правомерно считает, что потребитель формируется, существует и реализуется одновременно на четырех уровнях: на *элементарном уровне* - как индивид с определенными потребностями, установками, психологическими реакциями, системой ценностей (индивидуальный субъект потребительского поведения); на *микроуровне* – как домохозяйство, в рамках которого складывается консенсус относительно индивидуальных потребностей членов семьи и осуществляется экономическое взаимодействие с другими домохозяйствами, фирмами, государством (коллективный субъект потребительского поведения); на *мезоуровне* – как «региональный потребитель»; объединяющий домохозяйства на уровне региона (массовый субъект потребительского поведения); на *макроуровне* – как «совокупный потребитель», представленный всем населением страны в целом» (агрегированный субъект потребительского поведения)²⁰⁹. Развивая данный методологический подход, необходимо отметить, что в условиях глобализации и информатизации экономики появляется новый субъект потребления – глобальный потребитель, представленный населением планеты, который формирует глобальный потребительский спрос на товары и услуги на мегауровне в масштабе всей мировой экономики. Таким образом, отношения потребления реализуются на разных уровнях, образуя собой сложную многоуровневую иерархическую систему (рис. 2-б)

²⁰⁶ Россинская Г.М. Экономическое поведение потребителя: закономерности и особенности в условиях переходной экономики. – Уфа: Гилем, 2007.- с. 67

²⁰⁷ Олейник Ю. Институциональная экономика. – М.: ИНФРА-М, 2004. – с.175.

²⁰⁸ Суринов А.Е. Доходы населения. Опыт количественных измерений. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 125.

²⁰⁹ Россинская Г.М. Особенности потребительского поведения домохозяйства в условиях трансформации российского общества: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2009- с.14



Рис. 2-6. Многоуровневая система отношений потребления

На каждом уровне системы отношения потребления получают специфические формы проявления

на наноуровне индивида формируется индивидуальный спрос,

на микроуровне отдельного домохозяйства - коллективный спрос,

на мезоуровне домохозяйств региона - массовый спрос,

на макроуровне населения страны сектора «домашние хозяйства» – совокупный спрос.

на мегауровне населения планеты - глобальный спрос, под которым следует понимать общемировой спрос на товары и услуги, предъявляемый потребителями из разных стран, агрегированный на уровне мегаэкономики.

Принципы построения многоуровневой системы потребления можно свести к следующим:

- *масштабность* – на каждом пространственном уровне расширяется база потребителей за счет увеличения количества потребительских единиц и увеличения масштабов спроса.
- *агрегирование* - процесс объединения и укрупнения потребительского спроса в усредненные типологические группы (репрезентативное домашнее хозяйство). Чем ниже уровень агрегирования, тем более неоднородным является потребительский спрос.
- *синергия* – процесс совместного действия множества неоднородных потребителей, проявляющийся в усилении давления потребительской активности на рынке, усложнении структуры спроса и его диверсификации. Чем разнообразнее потребительский спрос, тем больше потенциал синергитического эффекта.

В информационной экономике потребительский спрос становится разнообразным в количественном (увеличиваются масштабы) и качественном (диверсифицируется структура) отношении, следовательно, усложняются и факторы его определяющие. На разных уровнях потребительское поведение детерминировано различными факторами, специфическими для каждого выделенного уровня. Происходит амплификация, когда действие факторов низшего уровня усиливается факторами высшего уровня, все они переплетаются между собой и взаимодействуют в многофакторной системе потребления. Так, деятельность домохозяйства на микроуровне обусловлена тем, что их потребительское поведение детерминировано состоянием макросистемы. Существует взаимосвязь процессов *ассимиляции* (поддержание устойчивого состояния), *аккомодации* (сдвиг макросистемы, связанный с переходом от командной рыночной системе), *адаптации* (поиск баланса между сохранением и некоторого устойчивого состояния и трансформаций отдельных функций). Если процесс неактивен, то

потребительское поведение инертно. В свою очередь, эффективность национальной экономики на макроуровне зависит от состояния индивидов (наноуровень) и наличия у домохозяйств (микроуровень) знаний, опыта, ресурсов, позволяющих им активно функционировать.

Таким образом, на основе системно-интеграционного подхода можно сформулировать следующие методологические положения:

Во-первых, на нано- и микроуровне потребление выступает как специфический вид деятельности, включающий многоуровневые взаимодействия потребителя с предметной и социальной действительностью, осуществляется приобретение, использование, утилизация потребительских объектов, в результате чего происходит удовлетворение потребностей. В новой экономике потребительская деятельность становится самым частотным видом социальной активности.

Во-вторых, на микро- и мезоуровнях потребление рассматривается как объект управления. Управление представляет собой процесс технологического и системного воздействия на потребителя для интенсификации и контроля над потреблением.

В-третьих, на макроуровне потребление представлено как механизм регулирования: с одной стороны общеэкономических пропорций между потреблением и накоплением, потребительским и инвестиционным спросом, отражающих количественные отношения между макропоказателями и структурные связи в экономике, с другой стороны - социальной структуры общества. Потребление становится устойчивой формой организации социальной жизни, то есть приобретает черты социального института, становится принципом общественной организации²¹⁰.

Обслуживая процесс движения товарно-денежных потоков, система отношений потребления выполняет свое общественное предназначение, которое состоит в выполнении: воспроизводственной, обменной и регулирующей функций. Теоретико-методологической основой развития системы отношений потребление в рыночной экономике выступают содержание концепций макроэкономического равновесия и общественного воспроизводства, подробно исследованных автором в кандидатской диссертации²¹¹.

²¹⁰ Овруцкий А. В. Феноменология общества потребления // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana) - 2011 - № 1.

²¹¹ Данные проблемы подробно исследованы автором в кандидатской диссертации и изложены в авторской монографии: Манахова И.В. Развитие системы отношений «потребление-сбережение» в экономике России: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Саратов, 2000. – 198 с.; Манахова И.В. Теоретические основы развития системы отношений «потребление-сбережение». – Саратов, Изд-во СГУ, 2002 - 136 с.

Обобщая результаты исследований, можно дать всестороннюю трактовку категории «потребление»: во-первых, как совокупности социально-экономических отношений по поводу удовлетворения всей системы индивидуальных и общественных потребностей; во-вторых, как форма жизнедеятельности домохозяйства посредством воспроизводства рабочей и потребительской силы на основе отношений собственности; в-третьих, как индивидуального оборота доходов и расходов домохозяйств, включенного в экономического кругооборот страны; в-четвертых, как важнейший элемент совокупного спроса, объемы которого предопределяют темпы экономического роста на основе взаимосвязи «потребление-сбережение-инвестиции»; в-пятых, источника воспроизводства человеческого потенциала (на уровне домохозяйства) как главного фактора инновационного развития и социально-экономического прогресса; в-шестых, завершающая фаза (стадия) воспроизводства, где формируется благосостояние населения и определяется социальная структура общества; в-седьмых, как количественно-качественная характеристика уровня и качества жизни, как потоковая форма запаса благосостояния

2.3. Содержание трансформации потребления в рамках информационной парадигмы

Синтез теории потребления и информационной парадигмы выступает новой и малоизученной областью научных исследований. Вместе с тем, концептуальные основы потребления в информационной экономике можно найти в работах таких известных авторов, как Дж.Акерлоф, С.Гроссман, М. Кастельс, М.Спенс, Дж.Стиглиц, Д.Тапскотт, К.Шапиро, О.Антипина, А.Долгин, И.Стрелец.

Парадигма – это строго научная теория, воплощенная в системе понятий, выражающих существенные черты действительности, а также общепризнанные научные достижения, представляющие модель постановки проблем и их решения в рамках определенного исторического периода. Согласно методологии Т. Куна²¹² парадигма формирует две стороны: *онтологическую* (содержательную), представляющую научную картину, исследуемой реальности и *методологическую*, формирующую нормы и идеалы научного анализа. Для того, чтобы приобрести статус парадигмы, фундаментальные научные труды должны обладать двумя особенностями: во-первых, их создание должно быть беспрецедентным, чтобы привлечь группу

²¹² Кун Т. Структура научных революций. – М.: Прогресс, 1975.

единомышленников, а во-вторых, они должны быть достаточно открытыми, чтобы новые поколения ученых могли найти для себя нерешенные проблемы любого вида. У Т.Куна парадигма – не только теория, но и модель, образец решения исследовательских задач. Таким образом, парадигма представляет собой совокупность знаний и адекватных им подходов к решению научных проблем, принятых сообществом ученых.

Информационная парадигма отвечает этим критериям: во-первых, сформировалась тогда, когда в научном сообществе стала общепризнанна не только роль информации в принятии решений и функционировании рынков на микроуровне, но и влияние информационных несовершенств на макроэкономическое равновесие; во-вторых, решение экономических научных задач стало проводиться с использованием таких понятий, как «асимметрия информации», «моральный ущерб», «неблагоприятный отбор» и др. Утверждение информационной парадигмы в экономической теории было провозглашено Джозефом Стиглицем в 2001 году в его нобелевской речи под названием «Информация и смена парадигмы в экономической науке», когда ему совместно с Джорджем Акерлофом и Майклом Спенсом была присуждена Нобелевская премия за анализ рынков с асимметричной информацией.

Основатели теории информации рассматривали информацию как фундаментальное объективное свойство реальности. Выделяются следующие свойства информации:

- Безразличие информации к её физическому носителю
- Безразмерность в пространстве и времени
- Аддитивность информации – способность новых связей добавляться к старым, встраиваться в них.
- Эмерджентность - возникновение новых качеств (переход количества в качество)
- Энтропия – неизбежное и самопроизвольное рассеивание энергии. Энтропия систем – конечная причина любых её кризисов²¹³.

Практическая значимость исследования информации, заключенной в окружающем мире, дает возможность, во-первых, оценить последствия научно-технического прогресса и экологические потери; во-вторых, разрабатывать меры по обеспечению равновесного и устойчивого развития человеческого сообщества.

Прогресс общества выражается в том, что в результате развития производительных сил, применения более совершенного оборудования, энерго- и материалосберегающих технологий, повышения уровня квалификации работников, упорядочения структуры организации производства, возрастание массы потребительских благ осуществляется при постоянном

²¹³ Юнь О.М. Восхождение к информационному обществу. – М.: Экономика, 2012. – с. 25

снижении удельной материало- и энергоёмкости создаваемых продуктов. Информация в данном случае проявляет себя как компенсатор массы и энергии объекта²¹⁴.

Информация снижает степень неопределенности посредством трех основных функций информации об объекте (товаре или услуге):

1. *Коммуникативная* функция информации²¹⁵ - информация определяет возможную степень связанности, коммуникативности элементов объекта между собой и с объектами внешней среды, способность компенсировать массу и энергию объекта.
2. *Отражательная* функция – вероятностный подход к определению количества информации. Возможность и случайность – качественные характеристики неопределенности. Количественными мерами возможности и случайности выступают вероятность и частота событий.
3. *Организирующая* функция информации - определяет возможную глубину и организованной перестройки структуры объекта под воздействием внешней среды и происходящие в нем внутренних структурных преобразований. В системах в сильно неравновесном состоянии проявляются точки бифуркации «вблизи них наблюдается значительная флуктуация.... Небольшая флуктуация может послужить началом эволюции в совершенно новом направлении, которое резко изменит все поведение макроскопической системы»²¹⁶.

Следовательно, информация может быть мерой, масштабом и границей количественных изменений объекта потребления, за пределами которых он трансформируется в новое качество

Информация накапливается человеком и отражается на принципах поведения: Информация преобразуется в знание в процессе её потребления, осмысления и накопления. Потребление информации тождественно формированию нового знания. Информация при потреблении не уменьшается, напротив возрастает, обладает свойствами долговечности и сохраняет стоимость после использования.

Таким образом, информация становится важнейшим фактором воспроизводства, в опосредованном отношении выступает необходимым ресурсом для удовлетворения первичных (биогенных) и вторичных (социогенных) потребностей человека. Экономическая деятельность, основанная на ограниченности ресурсов, уступает место деятельности, основанной на изобилии информации и способов её передачи. Существенным моментом для

²¹⁴ Юнь О.М. Указ соч. – с. 62

²¹⁵ Колмогоров А.Н. Три подхода к определению понятия «количество информации» / Проблемы передачи информации. Т.1. – М., 1965.

²¹⁶ Пригожин И.Спенсер И. Порядок из хаоса.– М.: Прогресс, 1986. - с.56

потребителя становится механизм отбора необходимой и полезной для него информации из огромного её объема, который предоставляют современные технологии в распоряжение потребителя²¹⁷.

Влияние информационного фактора на отношения потребления осуществляется по разным каналам:

1. Изменения самих товаров и услуг (большая информационная насыщенность, интеллектуализация товаров, наукоемкость)
2. Изменение ценности (стоимости) благ (информационная, символическая, образная, позиционная ценность)
3. Активизация воздействия на потребителя посредством ИКТ (способы продвижения товаров и услуг, электронная торговля, реклама) как следствие интенсификация потребления.
4. Изменение потребительского выбора, механизма принятия решений потребителем (многоальтернативность, открытость, доступность информации, низкие издержки поиска информации).
5. Появление новых форм занятости как следствие новых источников доходов; рост производительности труда как следствие рост дохода.
6. Изменение структуры фонда времени: смещении границ времени труда, свободного времени и времени досуга..
7. Изменение типа отношений и взаимодействий субъектов на рынке на основе электронно-сетевой коммуникации.

В информационной экономике под воздействием развития инноваций в технологиях производства и общественных отношениях, появления новых потребностей глубоким изменениям подвергается роль и функции потребления в экономической системе, происходит трансформация всей системы отношений потребления. Под *трансформацией потребления* в работе понимается исторически обусловленный объективный процесс глубоких системных изменений, проявляющихся в: преобразовании субъектов потребления, усложнении объектов и предметов потребления, расширении потребительского выбора, диверсификации потребительского спроса и изменении моделей потребления.

Методологической основой исследования трансформации потребления выступают воспроизводственный, информационный и инновационный подходы.

Воспроизводственный подход. Производство и потребление диалектически связано, эти отношения являются асимметричными: на различных этапах развития экономики имеет место диспропорция, характеризуемая доминированием одной из функций производства или

²¹⁷ Стрелец И. Инновационная экономика.. – М, 2012. - с. 105

потребления. Такая доминанта выступает как системообразующее начало для социальных процессов (выработки социальных норм, процессов социализации и стратификации).

В индустриальной экономике доминантой являются производство. Потреблению отводится подчиненная роль. Товарный фетишизм и отчуждение труда составляют идеологию капитализма, основанную на примате производства, где труд – высшая добродетель в духе протестантской этики²¹⁸. По определению М. Портера, в котором отражается экономическое и социальное содержание, производство – есть процесс последовательного создания и накопления ценности, «цепочка ценностей»²¹⁹. В этом ключе представители неоклассического направления, вслед за А.Маршаллом²²⁰, рассматривают *потребление* как своего рода отрицательное производство, считая, что в процессе потребления происходит уменьшение или разрушение полезности. Однако кейнсианцы выражают противоположный подход, в их интерпретации, напротив, потребление является важнейшей составляющей эффективного спроса, способной стимулировать экономический рост. В неклассической теории происходит конвергенция функций производства и потребления. В работах Г. Беккера потребление становится новым производством, в этом процессе домохозяйства производят базовые потребительские блага, полезность которых определяется исключительно косвенным образом через потребление. С этих позиций *потребление* представляет собой производство особого рода: в процессе потребления происходит производство базовых потребительских благ, непосредственно входящих в целевую функцию потребителя²²¹. Потребитель, используя товары и услуги, в процессе потребления извлекает из них полезные эффекты и тем самым удовлетворяет свои потребности.

В постиндустриальной экономике в производственный цикл входит новая важная составляющая – информация. М.Портер указывает, что исторически физический (материальный) компонент товара был важнее информационного, однако новые технологии дают возможность за счет нового информационного компонента создавать большую, чем физический компонент стоимость²²².

В новых условиях соотношение производства и потребления существенным образом изменяется: С одной стороны, производство *дистанцируется* от потребления – происходит географический перенос производства из центра на периферию. Потребительскими центрами

²¹⁸ Овруцкий А.В. Социальная философия потребления: теоретические и методологические аспекты. – Ростов-на-Дону, 2010. - с.137-138.

²¹⁹ Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2005 – с. 109.

²²⁰ См.: Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. Т.1. - М., 1993. – с.. 153.

²²¹ Россинская Г.М. Указ соч. - с 11

²²² Портер М. Указ соч. - с. 117

становятся развитые страны, производство перемещается в развивающиеся страны²²³. С другой стороны, потребление и производство *конвергируются*: производство занимает подчиненное положение, возникает новая ситуация, когда производственная система находит идеи в потребительских практиках, конкуренция в производстве переносится в сферу потребления, происходит активная борьба за потребителя и его ресурсы.

По мнению Д. Тапскотта²²⁴ один из признаков нового электронно-цифрового общества является трансформация отношений изготовитель-потребитель, стираются грани между производством и потреблением, на смену массовому производству приходит массово-индивидуализированное. Наблюдается процесс *кастомизации*, когда изготовители вынуждены создавать товары, соответствующие требованиям отдельных потребителей. Рынок становится все более ориентированным на потребителя, упрощение взаимодействия потребителя с производителем благодаря возможностям информационных технологий создает предпосылки для *смещения интересов потребителя с долгосрочных на краткосрочные*²²⁵ и приводит интенсификации процесса потребления.

В новом сетевом обществе потребители вовлекаются в производственный процесс, то есть их знания, информация и соображения используются при определении технических характеристиках продукции. В инфомагистрали каждый потребитель становится одновременно изготовителем, когда создает и отправляет сообщение, обкатывает виртуальный автомобиль, создает нужную конструкцию на экране компьютера. Сотрудничество людей в сети воспринимается как часть корпоративного ресурса в мультимедийной информации и становится частью международного депозитария знаний. Идеи потребителей, информация и технологии становятся частью продукции, увеличивается содержание знаний в товарах и услугах²²⁶. Потребители информации и техники становятся производителями. Потребление в воспроизводственном процессе начинает играть доминирующую роль.

Происходит изменение морально-этических норм, производственная мораль как регулятор поведения уходит в прошлое. Глобальный кризис показал, что отсутствие моральных принципов в финансовом секторе, секторе в госуправления, в секторе производства, приводит к агрессивному и антисоциальному экономическому поведению (миллионные бонусы за счет налогоплательщиков, коррупция, «откаты» и т.д.). В пространстве потребления напротив происходит интенсивное формирование потребительской этики. Этот процесс определяется секуляризацией потребления, которая практически завершилась в развитых странах.. Экономическая социализация и стратификация

²²³ См : Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брендов. Пер. с англ. – М., 2012. – с. 256

²²⁴ Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество. – Киев, 1999. - С. 76

²²⁵ Стрелец И.А. Инновационная экономика. - М., 2012. – с. 102-103.

²²⁶ Тапскотт Д. Указ соч., с. 54

перемещается в пространство потребления, которое образует новую глобальную социальность²²⁷.

Информационный подход. Определяя информационное общества как новую социальную реальность, теоретики Ф.Махлуп, М.Порат, Й.Масуда, Т.Стоуньер отмечают его многогранность и радикальные преобразования, которые внесла информационная революция во все сферы общественной жизни. В информационном обществе, по мнению У.Мартина, жизненные стандарты, формы организации труда и проведения досуга, система образования и сфера потребления явно подвержены влиянию прогресса информации и знаний²²⁸ Под влиянием бурного распространения информационных технологий происходят формирование нового жизненного уклада, изменения в качестве жизни людей, меняются их ценностные ориентации и предпочтения.

В информационной экономике в системе потребления происходят глубинные системные преобразования, прослеживаются как положительные, так и отрицательные тенденции.

Во-первых, благодаря информационным технологиям происходит рационализация потребления, максимизация полезности достигается на более высоком уровне удовлетворения потребностей. В условиях повышения информированности потребителя возрастает возможность принятия более гибких и адекватных решений, потенциальные возможности рациональности превращаются в реальные поведенческие функции.

Во-вторых, происходят изменения в структуре потребления, отмечается резкий рост нематериальных, неутилитарных благ. Утилитарные блага в большей степени удовлетворяют витальные потребности, тогда как неутилитарные связаны с реализацией духовных, интеллектуальных, творческих потребностей человека. В новой экономике динамика потребностей в сторону роста социальных, духовных, творческих детерминирует структурные сдвиги в потреблении домохозяйств и положительно влияет на развитие непроизводственной сферы экономики, приводит к синергетическому накоплению человеческого капитала как ключевого фактора социально-экономического развития

В-третьих, меняется характер потребления: оно становится разнообразным, индивидуализированным, ситуационным. Формируется иной аспект потребления – симулятивное потребление, когда различного рода блага, потребляемые человеком, подменяются их символами. Симулякры призваны создавать рыночную ценность блага, превосходящую его реальную цену, создавать симулирующие реальные потребительские

²²⁷ Овруцкий А.В. Социальная философия потребления: теоретические и методологические аспекты. – Ростов-на-Дону, 2010. - с.137-138.

²²⁸ Martin W.J. The Global Information Society. – Aldershot: Aslib Gower, 1997. - p.3

свойства²²⁹. В результате потребитель нацелен на приобретение даже не товара, а его симулякра, обладающего зачастую низкой (или отрицательной) действительной потребительской ценностью как для индивида, так для общества. Наблюдается процесс масштабной символизации и деутилитаризации, характерный для общества потребления. Как отмечает А. Долгин «предметы все активней используются не просто как вещи с полезными свойствами, а как знаки, символы, культурные коды – словом, как сигналы и сообщения. Потребляя товар, человек вступает в отношения с другими людьми, иначе говоря, люди коммуницируют посредством вещей»²³⁰.

В-четвертых, меняются не только количественные, но и качественные характеристики потребительских благ:

- благодаря цифровым технологиям издержки тиражирования нематериальных продуктов близки к нулю. В таких условиях редкость как качественная характеристика благ переходит из фазы производства в фазу потребления и лимитирована рецептивными возможностями и антропологическими ресурсами человека;
- моральная амортизация обгоняет амортизацию физическую: вещи недоиспользованы, выходят из употребления задолго до их реального износа.
- прежде ценность большинства товаров определялась по формальным признакам (вес, габариты, мощность), в новых условиях изделия массово переходят в разряд так называемых опытных товаров;
- непрозрачность, неясность качества товаров, в связи с увеличением их количества и сложности, проявляется в информационной асимметрии производителей и потребителей.

Журавлева Г.П., анализируя глубокие перемены, происходящие в современном обществе, отмечает, что изменяется не только физическая форма блага - оно становится нематериальным, но также экономическая форма - «оно становится нетоварным, т.е. общественные отношения по поводу создания, распределения и использования информационных продуктов не опосредуются товарным обменом с использованием денег»²³¹

В-пятых, на ценность благ в информационной экономике влияет информационный фактор, который проявляется в наличии инновационной ценности – сочетания в производимом продукте полезности и новизны, и символической ценности, формирующейся на основе своеобразного отношения между потребителем и благом. Как отмечается в работе

²²⁹ См.. Человек и экономика: справедливость и базисная демократия против тоталитаризма рынка и капитализма. Под ред А.В.Бузгалина. – М., 2011. – с. 45..

²³⁰ Долгин А.Б. Манифест новой экономике. Вторая невидимая рука рынка. - М., 2010.

²³¹ Журавлева Г.П. Контуры теории неэкономике и модификация её базовых категорий // Вестник РЭА. – 2009. - № 2. – с. 20

О.Антипиной, совокупность этих ценностей позволяет говорить об информационной ценности, содержание которой дополняет объективный смысл трудовой стоимостной субстанции.²³² Символическая ценность благ в информационной экономике, по мнению разработчика концепции, имеет четыре основные формы проявления; 1) при условии, что информация является самостоятельным товаром; 2) когда товар служит носителем дополнительной информации, помимо основного предназначения; 3) если производство информационного продукта обходится дорого, а его копирование и тиражирование стремится к нулю; 4) при необходимости оценки нематериальных активов. Иными словами, цена вещей все меньше связана с их универсальной ценностью и все больше отражает ценность индивидуальную, ситуационную, преломленную через восприятие других людей.

Обобщенная характеристика изменений в системе потребления под воздействием информационного фактора отражена в таблице 2-3.

Таблица 2-3

**Сравнительный анализ потребления в индустриальной
и информационной экономике**

Критерии	Индустриальная экономика	Информационная экономика
Роль потребления	Подчиненная	Доминирующая
Структура потребления	Материальные, утилитарные блага	Резкий рост нематериальных, неутилитарных благ
Характер потребления	Массовое Ассоциативное	Индивидуализированное Ситуативное
Предметы потребления	Вещи и услуги с полезными свойствами	Символы, коды, знаки Предметы как сигналы и сообщения
Тип потребления	Утилитарное	Симулятивное Имиджевое
Потребительские блага	Однородные Дефицитарные Монофункциональные	Разнообразные Неоднородные Недефицитарные Полифункциональные
Цена потребительских благ	<i>Трансформационные</i> издержки, связанные с физическим изготовлением товаров	Опережающий рост <i>транзакционных</i> издержек, связанных с обработкой информации
Ценность потребительских благ	<i>Субъективная</i> - потребительская полезность <i>Объективная</i> - трудовая теория стоимости	<i>Инновационная</i> - сочетание полезности и новизны <i>Символическая</i> - своеобразное отношение между потребителем и благом
Жизненный цикл потребительских благ	Реальный <i>физический</i> износ	Ускоренная <i>моральная</i> амортизация Недоиспользование
Качество потребительских благ	Определяется по формальным признакам (вес, габарит, мощность и т.д.)	Неясность, непрозрачность качества

Таким образом, можно утверждать, что в процессе эволюции общества происходит закономерная и последовательная смена стадий в развитии потребления. В результате

²³² Антипина О.Н. Информационная экономика: современные технологии и ценообразование. – М., 2009. - с. 13

формируются *устойчивые типы потребления* индустриального и информационного общества как социально-экономические образцы (стереотипы) потребления, с присущими им существенными устойчивыми системными признаками.

На современном этапе формируется новый тип *потребления информационного общества*, основными характеристиками которого являются:

- Высокий уровень потребления основной массы домохозяйств «общества двух третей»;
- Нарастает рационализация потребления, которая проявляется в ориентации на полное удовлетворение базисных потребностей только на качественно более высоком уровне
- Постепенное стирание границ между производством и потреблением, потреблением и сбережением, потреблением и инвестированием, потреблением и бытом.
- Меняется система ценностей людей, акцент переносится с материального на нематериальное богатство, воплощенное в человеке, его знания, умения, таланты, здоровье, хорошие физические данные и т.д.
- Целью становится накопление не только экономического потенциала, но и человеческого, социального и сохранение природной среды.

Потребление становится важной сферой жизнедеятельности человека, создающей условия для его всестороннего гармоничного развития. Парадигма информационного общества предполагает формирование специфических социально-экономических механизмов регулирования отношений потребления, отличных от предыдущих периодов, эпох, и формирование потребления нового типа.

Инновационный подход. Современный экономический рост обусловлен интерактивными изменениями в двух сферах: в производстве и потреблении. Растущее во времени разнообразие товаров и услуг, предлагаемых потребительским рынком, вызвано изменениями в технологиях производства под влиянием научно-технического прогресса, повышением его продуктивности на основе инноваций. Понимание инновации как новшества, доведенного до конечного потребителя, дает основания предполагать, что инновационность потребителя не менее важна, чем инновационность производителей. Многие исследователи,²³³ отмечают, что роль потребителя как инноватора была недооценена в рамках ориентированного на производство шумпетерианского подхода к инновациям и росту. Согласно этого подхода, долгосрочное экономическое развитие зависит от способности экономической системы создавать новые

²³³ Рост потребления и фактор разнообразия: новейшие исследования западных и российских эволюционистов: Сб. статей. Пер с англ. - М.: Дело, 2007.

блага и услуги, приводящие к появлению новых отраслей. Однако, чтобы нововведения могли вносить вклад в экономическое развитие, они должны приобретаться потребителями. Следовательно, динамика развития спроса является важнейшим определяющим фактором долгосрочного развития.

В процессе роста происходят не только количественное наращивание объемов выпуска, но и качественные изменения товаров и услуг, проявляющееся в их разнообразии. Потребителям становится доступен более широкий набор благ, чем в предыдущие периоды. Разнообразие может возрастать только в случае добавления потребителем новых товаров и услуг в свои потребительские корзины. Причинами существования ненасыщаемости является убывающая предельная полезность и возрастание потребительских издержек. Издержки потребления существуют либо вследствие информационных затрат, либо по причине затрат, возникающих в результате внешних экстерналий, порождаемых потреблением.

В рамках эволюционной теории исследуется взаимосвязь экономического роста и особенностей потребительского поведения, изменения моделей потребления. Так, полагается, что поведение потребителей формирует ориентиры, следуя которым производители могут транслировать новые технологические возможности в конечные товары и услуги, пользующиеся спросом. В многосекторных моделях экономический рост и структурные изменения связаны с долгосрочными изменениями в потребительском поведении, вызванные потреблением новых товаров и услуг. Исследователи отмечают, что когда происходят радикальные инновации потребители не могут полностью осознать свойства и направления использования новых благ. В этих условиях рациональность потребителей является ограниченной, а процесс выбора подвержен значительной неопределенности, что порождает барьер для восприятия новых благ. Чем выше темп качественных изменений, тем более необходим процесс обучения по мере возникновения инновации. Высокая степень новизны продукта затрудняет оценку его полезности для потенциального потребителя. Однако по мере использования нового продукта потребители накапливают информацию, позволяющую улучшить понимание о свойствах инновации. Тем самым, спрос на данную технологию начинает испытывать воздействие обучения в процессе её использования²³⁴. Обращается внимание, что существует конфликт между растущим потенциалом знаний и ограниченной познавательной способностью человека. Инновационность потребителя зависит от различий индивидов, во-первых, при восприятии проблемы, во-вторых, от реакции на проблему в их воображении. Эволюционисты утверждают, что существенную роль играют потребительские знания и процесс обучения потребителей.

²³⁴ *Saviotti P. Technological evolution, variety and the economy. – Edward Elgar. Aldershot. 1996/*

Расширение понятия полезности связано не просто с появлением нового информационного свойства благ. В неоклассике полезность связана с удовлетворенностью индивидом потребительскими свойствами блага. С включением информационного свойства фундаментальное понятие полезности приобретает социальный аспект. Воспринимая информационный продукт во всех тех видах, индивид не только получает удовлетворение его свойствами, но и получает образование, проходит своего рода обучение тем принципам, которые в его экономическом поведении дадут наибольший эффект. Иными словами, постиндустриальное образование меняет ориентиры, выстраивается под потребительские модели, образование ориентируется на обучение потреблению.

В рамках инновационного подхода можно обосновать следующую гипотезу: возрастающая роль потребления обусловлена его результатом. Результатом процесса потребления является воспроизводство человека и его физического, интеллектуального, духовного потенциала. Именно индивидуальный человеческий потенциал, формирующийся в процессе личного потребления, трансформируясь в человеческий капитал общества, становится ключевым фактором инновационного развития и обеспечивает новое качество экономического роста. В информационной экономике, возрастающая роль человека, повышает значимость потребления как подготовительной стадии производства. Следовательно, потребление из заключительной фазы воспроизводства трансформируется в начальную стадию процесса производства, обуславливая его качественное содержание.

Российский ученый В.Л.Иноземцев в свои многочисленные работах отмечает, что в условиях информационной экономики теоретические постулаты классической науки становятся ограниченными, что требует пересмотра концепция инвестиционной активности²³⁵. В современных условиях, когда качества человека как потребителя информационных благ становятся важнейшим лимитирующим фактором их производства, источником прогресса выступает развитие личности, «лучшим видом инвестиций оказывается потребление»²³⁶. Максимизация текущего потребления становится условием развития и совершенствования человеческого потенциала нации, обеспечивающего стремительное технологическое развитие страны. В применении к человеку этот эффект выражается в информационном насыщении, повышении квалификации через длительность образовательного процесса. Целью подобного информационного насыщения становится не столько повышение располагаемого дохода,

²³⁵ *Иноземцев В.Л.* Расколота цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия пост экономической революции. – М.: 1999; *Он же.* За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М. Наука, 199.

²³⁶ *Иноземцев В.Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000. – с. 6.

сколько иное качество и социально-экономическое положение индивида, когда потенциал увеличения его благосостояния приобретает долгосрочную основу. Следовательно, потребление должно достигнуть такого качественного и количественного состояния, сформировать такую структуру потребностей, которые на данном уровне развития технологий и экономики обеспечивают создание всех предпосылок для расширенного воспроизводства человеческого потенциала и развития творческой деятельности²³⁷. Продуктом творческого труда служит информационный, а не материальный продукт, что характерно для индустриальной экономики²³⁸. Динамика потребностей в сторону роста социальных, духовных, творческих детерминирует структурные сдвиги в потреблении и положительно влияет на развитие непроизводственной сферы экономики, приводит к синергетическому накоплению человеческого капитала как ключевого фактора социально-экономического развития. Учитывая особенности информационной модели экономики, социальная политика также должна стимулировать развитие индивидуальных образовательных инвестиций и вложений в нематериальные активы. Иными словами необходим переход на более прогрессивный тип потребления, что имеет целью создание долгосрочной базы для социально-экономического развития страны в информационном укладе.

В развитых и развивающихся странах уже возникает креативный класс — люди творческого труда, создающие инновации в ходе своей обычной работы и повседневной жизни. Именно качество человеческого потенциала будет обеспечивать решающие конкурентные преимущества в соревновании экономик XXI века. В ближайшем будущем страны будут конкурировать за людей больше, чем за природные или финансовые ресурсы.

Таким образом, теоретический анализ потребления с позиций воспроизводственного, информационного, инновационного подходов позволяет сделать вывод о глубинной трансформации социально-экономического содержания потребления в информационной экономике, возрастания его роли в экономической системе. Такой подход создает существенные резервы экономической теории потребления, расширяя ее научный и прагматический потенциал.

На основе исследования различных концепций и теорий потребления во второй главе можно сделать следующие выводы:

1. Систематизированы концепции (зарубежных и российских ученых) исследования потребления как мультидисциплинарного феномена. На этой основе выявлены взаимосвязи с фундаментальными категориями рыночной экономики, актуализирована

²³⁷ Под творческой деятельностью в литературе понимается высшая деятельность человека, которую не могут осуществлять животные или машины

²³⁸ Журавлева Г.П. Контуры теории неэкономии и модификация её базовых категорий // Вестник РЭА. – 2009. - № 2. – с. 13-21

роль и место теории потребления в развитии предмета экономической теории по трем направлениям: 1) *конвергенция* - исследование микроэкономических основ макроэкономической динамики потребления; 2) *дивергенция* - от микро- к нано уровню и от макро- мегаэкономическому уровню исследования отношений потребления; 3) *коэволюция* – флуктуация теорий их соразвитие.

2. Мудьти- и междисциплинарный анализ обогащает экономическую теорию потребления и может быть реализован в рамках системно-интеграционного подхода, позволяющего исследовать не только финансово-экономические, но и социальные, философские, культурные, психологические, исторические детерминанты потребительской активности человека.
3. Обоснована необходимость выделения из общей экономической теории нового направления научно-прикладного исследования - *наноэкономика*, предметом изучения которой является экономическое поведение индивида, в том числе в сфере потребления.
4. На основе системно-интеграционного подхода дана *комплексная трактовка* категории «потребления» на основе воспроизводственного, информационного и инновационного подходов: во-первых, как совокупности общественных отношений по поводу удовлетворения всей системы индивидуальных и общественных потребностей; во-вторых, как форма жизнедеятельности домохозяйства посредством воспроизводства рабочей и потребительской силы на основе отношений собственности; в-третьих, как индивидуального оборота доходов и расходов домохозяйств, включенного в экономического кругооборот страны; в-четвертых, как важнейший элемент совокупного спроса, объемы которого определяют темпы экономического роста на основе взаимосвязи «потребление-сбережение-инвестиции»; в-пятых, источника воспроизводства человеческого потенциала (на уровне домохозяйства) как главного фактора социально-экономического развития и прогресса: в-шестых, завершающая фаза (стадия) воспроизводства, где формируется благосостояние населения и определяется социальная структура общества; в-седьмых, как количественно-качественная характеристика уровня и качества жизни, потоковая форма запаса благосостояния общества
5. Трансформация потребления как процесс системных изменений характеризуется следующими тенденциями: модифицируются субъекты, усложняются объекты и предметы потребления, существенно преобразуется процесс потребления, изменяется структура потребительского спроса, расширяются формы реализации экономического поведения потребителей.

ГЛАВА III. МОДИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

3.1. Активизация роли потребителей и их основные характеристики

Основным субъектом потребления является домохозяйство, выступающее базовой потребительской единицей многоуровневой системы потребительских отношений. Домохозяйство занимает намного меньше места в экономическом анализе, чем в реальной жизни и в экономике. Экономическая роль домохозяйства и семьи в современной рыночной экономике чрезвычайно сложна и полифункциональна.

В экономически развитых странах совокупность домашних хозяйств рассматривается как принципиально важная часть национальной экономической системы, крупнейший субъект экономики, который представляет интересы всего населения и учитывается во всех процессах макрорегулирования и статистической отчетности.

В современной экономической теории можно выделить три основных подхода к определению домашнего хозяйства: учетно-статистический, функциональный и институциональный. *Учетно-статистический подход* определяет домашнее хозяйство как обособленную единицу, состоящую из одного или более лиц, совместно проживающих и объединяющих свой бюджет. Согласно *функциональному подходу* домашнее хозяйство представляет собой, с одной стороны, основного поставщика экономических ресурсов, с другой стороны, потребителя созданных в обществе благ. Кроме того, в рамках данного подхода анализируется сберегательное поведение домохозяйств, его взаимоотношения с государством, а также все большее внимание уделяется производственной функции домашнего хозяйства. С позиции *институционального подхода* домашнее хозяйство рассматривается как особого рода организационная структура, основанная на специфическом типе властных отношений и стремлении к максимизации благосостояния.

С 1992 года в отечественной макростатистике официально внедряется система национальных счетов (СНС), в которой совокупность домашних хозяйств, представляющих население, рассматривается в качестве одного из трёх важнейших субъектов национальной экономики наряду с предприятиями и государством.

В разных контекстах и при решении различных задач термин «домашнее хозяйство» может иметь различные значения и коннотации. В общей экономической теории под *домашним хозяйством (ДХ)* понимают конечных *потребителей* национального продукта (*customers*). В эту экономическую категорию включают всех потребителей: наемных работников, владельцев крупных и мелких капиталов, земли, других средств производства, лиц, занятых и незанятых в общественном производстве. Во многих случаях термин «домашнее хозяйство» (*householder*) совпадает или находится в отношениях взаимного дополнения или

даже взаимозамещения с другим важнейшим институтом «семья»²³⁹. Принципиальные различия заключаются в следующем:²⁴⁰. ((табл. 3-1).

Таблица 3-1

Сравнительная характеристика семьи и домашнего хозяйства в социологическом и экономическом подходах

Подход	Социологический	Экономический
Объект исследования	Семья	Домохозяйство
Единица анализа	Институциональный субъект Социальный актор	Экономический субъект Учетно-статистическая единица
Состав	Два и более человека	Один и более членов
Место проживания	Раздельное и/или совместное	Совместное проживание
Связи	Кровно-родственные	Хозяйственные
Бюджет	Общий	Индивидуальный и/или совместный
Целевая функция	Воспроизводство человеческого и социального капитала	Удовлетворение потребностей и воспроизводство материальной основы жизнедеятельности
Функции	Социальные (репродуктивная, воспитательная, социальная, статусная)	Экономические (потребительская, накопительная, перераспределительная, трудовая, производственная, предпринимательская)

В отличие от семьи домашнее хозяйство (ДХ) - группа людей, объединенных *задачами и функциями*, местом проживания и бюджетом. ДХ – экономический срез семьи²⁴¹.

Домашнее хозяйство, как особая организационно-экономическая форма, обладает специфическими чертами: такими, как:

- сложная система внутренних взаимоотношений, влияющая на экономическое поведение домашнего хозяйства на рынках;
- трудноизмеримость экономики домашнего хозяйства;
- особая социально-экономическая стратегия, направленная на избежание риска и обеспечение безопасности;

²³⁹ *Семья* - это основанная на браке или кровном родстве малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной моральной ответственностью и взаимопомощью. В общности быта находится семейная собственность, которая распространяется не только на жилье, предметы быта и домашнюю утварь, но на находящиеся в распоряжении семьи трудовые и экономические ресурсы, поставляемые посредством рынка производству. Внутри семьи складываются определенные экономические отношения с распределением ролевых функций между членами семьи. Финансы семьи отражает семейный бюджет со структурой и размерами доходов и расходов

²⁴⁰ Рекомендации по подготовке переходных ключей между типологией семей и домашних хозяйств. // Вопросы статистики.- 2001.- № 5.- с.39

²⁴¹ *Россинская Г.М.* Домохозяйство в системе субъектов потребительского поведения. – СПб: Недра, 2007. –с. 68.

- неформальность отношений;
- самовоспроизводство.

При анализе экономического содержания домашнего хозяйства последнее необходимо рассматривать в двух аспектах: во-первых, как тип хозяйствования, во-вторых, как воспроизводственную структуру²⁴². Домашнее хозяйство как тип хозяйствования - это самостоятельный субъект экономики, имеющий целью удовлетворение потребностей входящих в него членов путем реализации своих основных функций на рынке: функции труда, функции потребления и функции накопления. Домашнее хозяйство как воспроизводственная структура отражает непрерывный процесс возобновления экономических ресурсов в обществе и, прежде всего, воспроизводства человеческого капитала. Анализируемое с этой позиции домохозяйство представляет собой как способ самовоспроизводства, так и механизм возобновления системы экономических отношений в целом на уровне общественного воспроизводства.

В российской экономике домохозяйства пока не стали реальным экономическим субъектом рыночных отношений, стоящим «на равных» с предпринимателями и государством²⁴³. Домохозяйства выглядят скорее как объект воздействия, а не полноправный субъект экономической деятельности. Тем не менее, в современной экономике происходит возрастание колоссальной роли, которую в перспективе должны выполнять домохозяйства, являющиеся в нормальной рыночной экономике главным экономическим субъектом.

Потребительское поведение домохозяйства обусловлено прямой зависимостью от уровня, структуры и динамики благосостояния. Под благосостоянием понимается

²⁴² Мазная Е.А. Домохозяйства в системе экономических отношений: дис. к.э.н., Самара, 2006.

²⁴³ Домашние хозяйства как поставщики рабочей силы, владельцы собственности в виде денежных, финансовых ресурсов, а также недвижимости еще не представляют реальной экономической силы по целому ряду причин.

Во-первых, процесс перехода к многоукладной экономике не завершен. Вполне очевидно, что становление института частной собственности потребует достаточно длительного времени освоения домохозяйствами рыночного поведения.

Во-вторых, не сформировался сильный средний класс, имеющий возможность на собственные доходы приобретать недвижимость, ценные бумаги и другие ресурсы и тем самым реально влиять на рыночные процессы. Большая часть собственности сосредоточена в руках очень узкой группы населения.

В-третьих, развитие рыночных отношений происходит неравномерно. В городах этот процесс идет интенсивнее, чем в сельской местности, где денежный оборот практически сведен к минимуму. Происходит натурализация хозяйства. Так, в ряде регионов России из-за дефицита рабочих мест и высокой скрытой безработицы жители села в значительной мере обеспечивают себя продуктами, производимыми в собственных дворах. В силу этих обстоятельств плохо развиваются местные рынки и взаимосвязи между ними.

В-четвертых, неблагоприятная налоговая политика не стимулирует открытости рыночных процессов, вследствие чего расширяются масштабы теневой экономики.

В-пятых, нестабильность денежной системы и фондового рынка ведет к тому, что денежные сбережения населения «не работают» в качестве источника инвестиционного капитала и оседают «в чулках».

совокупность всех ресурсов (система капиталов), которыми обладает домохозяйство и использует их для развития каждого члена семьи. Методологический подход к измерению благосостояния населения основан на измерении и сопоставлении различных уровней имеющихся в распоряжении домохозяйств ресурсов, которые оцениваются с учетом разных видов доходов, финансовых активов в денежной форме и расходов на потребление товаров и услуг.

Применение *ресурсного подхода* показывает, что на уровне домохозяйства накапливается ресурсный потенциал, трансформирующийся в *совокупный капитал* семьи, который состоит из материальных и нематериальных активов: человеческий, социальный, интеллектуальный, культурный²⁴⁴ (см. рис. 3-1)



Рис. 3-1. Взаимосвязь ресурсного потенциала домохозяйства и его экономических функций

Таким образом, *домохозяйство* по сути – это самоорганизующаяся, от части автономная, миниэкономическая система хозяйства, располагающая ресурсным потенциалом, образуемым системой капиталов, и реализующая на этой основе многообразные экономические функции, *всеобщей* из которых является функция потребления.

²⁴⁴ Тросби Д. Экономика и культура / Перевод с англ. И.Кушнарера, - М.: ГУ-ВШЭ, 2013.

Фундаментальная роль домохозяйств в информационной экономике принципиально не меняется, во-первых, домохозяйства обеспечивают экономику факторами производства, поставляют их на рынок ресурсов, во-вторых, получают денежный доход, который расходуют на приобретение товаров и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей членов домохозяйств. Однако функции домохозяйства значительно расширяются и усложняются, современное домохозяйство – это налогоплательщик, кредитор, заемщик, инвестор, предприниматель и т.д. *Функция потребления* отражает способность к удовлетворению потребностей и является всеобщей, поскольку её выполняет каждый человек независимо от участия в общественном производстве.

Интеллектуализация экономики выдвигает на первый план значимость семьи как первичной ячейки общества, в рамках которой зарождаются и развиваются моральные и духовные качества индивидов, происходит эволюция культуры и этики, обеспечивается преемственность поколений, формируется человеческий и интеллектуальный капитал. В конечном итоге, это способствует устойчивости экономической, политической и социальной системы общества. Информатизации общества требует от домохозяйств иных подходов к развитию способностей и знаний его членов – необходимо увеличивать расходы на образование, повышение квалификации и получение смежных специальностей, на приобретение информационного имущества (компьютеров, средств связи, вычислительной техники и т.п.)²⁴⁵.

Изучение семьи и домохозяйства как отдельной потребительской единицы (ПЕ) имеет большое значение: во-первых, поскольку многие товары и услуги приобретаются для всех членов семьи, во-вторых, потребительское поведение отдельного человека во многом обусловлено влиянием остальных членов семьи; в-третьих, домохозяйство, как правило, располагает единым семейным бюджетом.

Обратимся к основным характеристикам потребителей. По данным Всероссийской переписи населения в 2010 году (ВПН-2010) из 142,9 млн россиян 127 млн образуют семьи или иные группы людей, совместно ведущих домашнее хозяйство, и около 14 млн одиноких, индивидуально ведущих свое хозяйство. Средний размер частного домохозяйства составляет 2,6 человек. Отсюда, население России образует примерно 54,5 млн домохозяйств, весьма разнородных, прежде всего, по числу членов в них. (табл.3-2).

²⁴⁵ Аскинадзи В.М., Максимова В.Ф. Субъекты рыночных отношений в «информационной экономике»: четвертый субъект существует? www.vbibl.ru/ekonomika/62703/index/html

Характеристика числа, доли и размера частных домохозяйств в России
(по ВПН-2010)

Показатели	2000		2010	
	млн	в % к итогу	млн	в % к итогу
Все домохозяйства, в том числе состоящие:	51,8	100	54,56	100
из одиноких лиц	9,9	19,2	14,01	25,6
из двух человек	13,6	26,2	15,56	28,4
из трех человек	11,7	22,6	12,28	22,5
из четырех человек	10,6	20,5	7,90	14,8
из пяти человек	6,0	11,5	2,91	5,3
из шести человек и более	-	-	1,87	3,4

Примечание. Составлено по: Итоги Всероссийской переписи населения. 2010 года. Число и состав домохозяйств России. 2012.- Стат. Сб. /Росстат. – М.. 2012. – с. 12.

Как показывают данные таблицы 3-2, за последние десять лет происходят значительные изменения структуры семьи и домашнего хозяйства.

Во-первых, подавляющая часть домохозяйств приходится на долю *семей* примерно 3/4 всего населения, при этом:

- средний размер домохозяйства постоянно снижается: если в начале 1990-х годов этот коэффициент составлял 3,1 человек, то в 2010 году – только 2,6 человек;
- число многодетных семей из пяти и более человек за тот же период сократилось с 11,5% до 8,7%;
- еще более значительно уменьшилось число семей с двумя детьми почти на 6%.

Во-вторых, одновременно наблюдается тенденция роста доли несемейных домохозяйств, так 2002 году они составляли 19%, через десять лет уже - более 25% населения.

Одной из причин высокой доли семей с одним ребенком является ограниченность денежных средств. Когда в семье один ребенок, то на процесс его социализации тратятся больше средств и времени. Прослеживается следующая закономерность: общие расходы домашних хозяйств возрастают с увеличением их размера, но не в той же пропорции, т.е. существует отрицательная зависимость между размерами домохозяйств и потребительскими расходами на человека²⁴⁶. Отсюда, можно сделать вывод, что современная структура потребления россиян не позволяет обеспечить расширенное социальное воспроизводство, более того она «стимулирует» суженное социальное воспроизводство, что отражается доминирующей долей нуклеарных семей с одним ребенком и бездетных пар, более 50% домохозяйств. Для потребления это означает, что увеличиваются потребительские расходы на

²⁴⁶ Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики. 2-ое изд. – М.: Норма, 2006. - с. 273

высококачественные товары для собственного удовлетворения, образование взрослых и творческие увлечения, а также сбережения и пенсионные отчисления.

В XX веке институт семьи переживает глубокую трансформацию. Во-первых, основной ячейкой общества становится нуклеарная семья, состоящая из родителей и несовершеннолетних детей. Надо заметить, что особенностью российского общества остается сохранение тесных хозяйственных связи между нуклеарными семьями разных поколений, что обусловлено экономическими, социальными, культурными (ментальными) и другими причинами. Во-вторых, существенное изменение роли женщины во внутрисемейном производстве и распределении, активное участие в общественном производстве, приобретение собственных доходов, построение личной карьеры, приводит к индивидуализации экономического поведения. В информационной экономике на смену семье как *коллективной личности* общества массового потребления приходит семейный коллектив *индивидуализированных личностей* или бикарьерная семья²⁴⁷. Основным объектом анализа данной работы выступает бикарьерная нуклеарная семья, образующая частное семейное домохозяйство.

Классическая нуклеарная семья индустриального типа претерпевает очередные изменения, появляются новые формы семейных отношений – суррогатные браки:

- гражданские браки (юридически не оформленные)
- фиктивные браки (основанные на экономической выгоде)
- гостевые браки (семья выходного дня)
- серийные браки (изначально настроенные на недолговечные отношения)
- гетеросексуальные браки и др.

Таким образом, происходит трансформация традиционной семьи, что представляет собой долгосрочный тренд. Иными словами информационный прогресс приводит к регрессу семьи в классическом понимании как форме общественной организации, что накладывает отпечаток на потребительское поведение. Однако Джилдер Дж. в исследовании богатства и бедности пишет, что сохранение семьи является ключевым фактором уменьшения бедности²⁴⁸.

Столь серьезные структурные изменения отражаются в жизненном цикле семьи *Жизненный цикл семьи* (ЖЦС) – это последовательность фаз ее развития, включая ее рождение, рост, редукцию и распад и описывается в маркетинговом аспекте²⁴⁹. В связи с изменениями в

²⁴⁷ Васильчук Ю.А. Фактор интеллекта в социальном развитии человека // *Общественные науки и современность*. – 2005/ . - № 2. - с. 62

²⁴⁸ Gilder G *Wealth and Poverty*. - New York, 1981. - p.85

²⁴⁹ Котлер Ф. *Основы маркетинга*, - М. Наука, 1992

обществе эта концепция видоизменяется в сторону жизненного цикла домохозяйства (ЖЦД) и отдельного потребителя (ЖЦП)

Экономическая динамика семьи определяется динамикой человеческого капитала и обеспечивающего его физического капитала. Зарождение и рост семьи требуют расширения жизненного пространства, что ведет, как правило, к улучшению жилищных условий и дополнительному спросу на потребительские товары длительного пользования. Подросшие дети периодически высвобождают труд занятых ими членов семьи, семейный доход скачкообразно растет, и основные потребительские фонды обновляются²⁵⁰. Исследования жизненного цикла семьи показали, что масштабы семейного домохозяйства определяются давлением потребительских запросов растущего числа членов семьи. Поэтому на первых фазах семейного цикла вынужденной является сравнительно неэффективная занятость, а на последних фазах общий объем занятости сокращается, но сфера ее приложения наиболее эффективна.

Таким образом, на экономическое поведение потребителей и уровень благосостояния домохозяйств влияет то, на каком этапе жизненного цикла находится большая часть семей, входящих в состав домашних хозяйств страны.

Изменение демографии потребления включает проблему изменения возрастной структуры населения. В России в последние двадцать лет наблюдается процесс старения населения, характерный для многих стран мира, что видно из таблицы 3-3.

Таблица 3-3

Динамика возрастной структуры российского населения (в тыс. чел)

Годы.	Всё население	Мужчины и женщины от 0 до 15 лет	Мужчины от 16 до 59 лет, женщины от 16 до 54 лет	Мужчины старше 60 лет, женщины старше 55 лет
1897	65978	26279	33851	5823
1926	92681	36854	47830	7945
1939	108377	42072	56923	9362
1959	117534	35094	68609	13827
1970	129941	37145	72752	19987
1979	137410	31974	82959	22436
1989	147022	35995	83746	27196
2002	145164	26327	88939	29778
2012	143056	22208	83997	36851

Примечание. Составлено и рассчитано по материалам: Основные итоги Всероссийской переписи населения 2002 года; Россия в цифрах, 2013. – с. 91

Проанализировав данные этой таблицы, можно заключить, что население в возрасте до 15 лет в 2012 году по своему количеству ниже столетнего уровня 1897 года, население среднего

²⁵⁰ Тюгашев Е.А.. Экономика семьи и домашних хозяйств. – Новосибирск: СибУПК, 2002.- с. 192.

возраста увеличилось с 1897 года в 2,5 раз, а население пенсионного возраста в 6 раз и теперь составляет 25,8% от общего состава. Наблюдается общий тренд в сторону постарения населения. Если в возрастной структуре общества увеличивается доля пожилых, то изменяется спрос, мотивы, психология поведения, реакции, рост социальных расходов. Иными словами, психология меняется по этапам жизни человека. Следовательно, модели экономического поведения людей, их психология и поступки детерминированы возрастом, что отражается и на изменении психологии потребления.

Фазы жизни человека строго определены биологической природой человека. Жизнь человека конечна, а её продолжительность зависит от многих факторов, включая экономические (условия труда, обеспечение благами, наличие жилья и тд.). В информационной экономике увеличилась скорость развития, которая делает время и доступ к благам важным лимитирующим параметром существования конкретного индивида, определяя его потребности и предпочтения.

Существенное изменение социально-демографических характеристик семьи и домохозяйства означает переход в другой тип потребителей и одновременно изменение структуры потребления. Поэтому если известны сдвиги в составе потребителей, то известны и сдвиги в структуре потребления. Фактически складывающаяся структура потребления – результат стремления миллионов домохозяйств-потребителей оптимизировать удовлетворение своих запросов (при определённых ограничениях по доходам), сделать свою структуру потребления наиболее целесообразной. Множество потребителей распадается на некоторые устойчивые группы, каждая из которых, с одной стороны, характеризуется однородной структурой потребления (режим потребления), а с другой, – некоторым набором социально-демографических признаков (типобразующих), которые выражают факторы, определяющие конкретное потребительское поведение.

Важное значение для изучения поведения потребителей имеет *теория поколений* американских ученых экономиста Н.Хоува и историка В.Штраусса, разработанная в 1991 году²⁵¹. В основе теории поколений лежит категория ценности, которая формируется под влиянием социально-экономических и культурно-исторических условий. Считается, что система ценностей формируется у человека примерно до 12-14 лет и сопровождает его в течение всей жизни, накладывая отпечаток на его потребительские предпочтения. В зависимости от условий жизни в детстве формируется представление человека о счастье, реализуемые в потребительских предпочтениях. Именно отношение к счастью дает понимание, как отличаются между собой люди разных поколений. Авторы выделяют шесть основных поколений: (табл. 3- 4)

²⁵¹ Howe N., Strauss W. Generations: The History of Americans, 1584 to 2069. – N.Y., 1991.

Адаптированная теория поколений Н.Хоува и В.Штраусса²⁵²

Название поколения, период рождения	События, сформировавшие ценности	Система ценностей россиян
Поколение GI – «поколение победителей» 1900-1923	Революционные события 1905 и 1917 годов, коллективизация, индустриализация, электрификация.	Трудолюбие, ответственность, религиозная вера, приверженность идеологии, семейные традиции, доминантность и категоричность суждений.
Поколение M – «молчаливое поколение» 1923-1943	Сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление разрушенной страны, открытие антибиотиков.	Преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение.
Поколение ВВ - «Беби-бума» 1943-1963	Советская "оттепель", покорение космоса, СССР – супердержава, первые пластические операции и создание противозачаточных таблеток, единые стандарты обучения, гарантированность медицинского обслуживания.	Оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, коллективизм и командный дух, культ молодости.
Поколение X – «неизвестное поколение» 1963-1983	Холодная война, перестройка, СПИД, наркотики, война в Афганистане, тотальный дефицит товаров, очереди, массовое телевидение, видеомагнитофоны	Готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, стремление учиться, неформальность взглядов, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов
Поколение Y – «Миллениум» 1983-2003	Распад СССР, теракты и военные конфликты, атипичная пневмония, экономические кризисы, развитие цифровых технологий, мобильные телефоны и интернет. Эпоха брендов.	Гражданский долг и мораль, ответственность, личная свобода, индивидуальность, неповторимость, забота об экологии, немедленное вознаграждение
Поколение Z – «цифровое поколение» 2003-2023	Выход из кризиса, рост благосостояния, укрепление власти, борьба с терроризмом, криминалом, новые эпидемии, техногенные катастрофы	Идеализм, виртуальная реальность, техногенная коммуникация, интровертный индивидуализм

На временной границе смена поколений происходит постепенно, во многом зависит от места проживания: в столицах, крупных городах изменения происходят быстрее. Люди, рожденные на стыке поколений, относятся к переходному или так называемому *эхо-поколению*, обладающему ценностями пограничных групп. Каждые четыре поколения образуют цикл, длительность которого 80-90 лет, примерно равна продолжительности человеческой жизни. Затем цикл повторяется: пятая генерация обладает ценностями, схожими с первой группой

²⁵² Составлено автором по материалам: Чумаков В. Теория поколений // Коммерческий директор, 2008: Теория поколений <http://www.psychology.ru/library/2581> ; Поколения и их особенности <http://www.advertology.ru/article48762.htm> (Дата обращения 01.08.13)

(прапрародителями). Следовательно, большинство семей в России находится на трёх последних стадиях жизненного цикла, и как следствие предопределяют потребительское поведение.

В современной российской экономике наиболее активны три поколения – поколение ВВ, Х и Y. Сегодняшние пенсионеры – это представители поколений GI, М и ВВ, среднего возраста - X, подростки и молодежь - поколение Z. У каждого поколения свои потребности, особенности и потребительские предпочтения, общий анализ которых представлен в таблице 5

Таблица 3-5

Потребительские предпочтения и потребительский выбор поколений ВВ, Х и Y

Поколения	Потребности	Потребительские предпочтения	Траектория потребительского спроса
GI	Min - минимальный	Являются скорее субъектами потребления, в меньшей степени субъектами спроса.	Падающий
М	Low - низкий	Консервативны, ориентированы на качественные продукты питания. Максимальный спрос на лекарственные препараты и получение услуг здравоохранения.	Ниспадающий
ВВ	Medium - средний	«Бумеры» склонны пробовать новое.. Решение о покупке часто связано с повышением статуса. Предпочитают хорошо проверенные товары и услуги.	Сжимающийся
Х	Max - максимальный	«Иксы» ценят возможность купить много товаров хорошего качества в одном месте и сэкономить время. Точно знают какие товары и услуги хотят купить. Персонализированный выбор Ценят личный контакт, доверяют мнению друзей.	Максимальный
Y	Medium - средний	«Игреки» доверяют брендам. Продукция должна хорошо разрекламирована и быть модной. Потребительский выбор на основе тестирования. Решение о покупке принимаются легко, играя и развлекаясь. Активно используют Интернет-покупки.	Возрастающий
Z	Low- низкий	«Дети индиго» – первое поколение, живущее в цифровой среде. В настоящий момент не являются активными покупателями., но ориентированы на потребление информационного продукта.	Нарождающийся

Различия в свойствах и характеристиках основных групп населения предопределяют неоднородность потребителей²⁵³. Такой подход преодолевает узкие рамки моделей репрезентативного потребителя и позволяет более точно прогнозировать текущий и будущий спрос. Неоднородность потребителей является важным фактором, воздействующим на динамику спроса. Современных экономистов в основном интересуют три поколения – «беби-бумеры», «иксы» и «игреки». Именно они являются сегодня основными потребителями. Теория

²⁵³ Cowan R., Cowan W., Swann P. A model of demand with interaction among consumers. // Journal of Industrial Organization. – 1997/ 15. – pp/ 711-732

поколений помогает проанализировать особенности различных поколений и предсказать особенности потребительского поведения, исходя из их базовых ценностей. Теория поколений актуальна не только объяснением конфликта мировоззрений людей разных поколений, прикладное значение данной теории заключается в её прогностической функции.

Таким образом, на основе теории поколений можно строить будущие прогнозы относительно развития общества, составлять бизнес-планы на среднесрочную и долгосрочную перспективу, разрабатывать маркетинговые стратегии для потребителей, прогнозировать будущий внутренний спрос на товары и услуги, проводить сравнительный анализ межпоколенного благосостояния с целью определения траекторий потребительского спроса.

Зная предстоящие демографические сдвиги в структуре населения, можно составить демографическую карту потребителей (рис.3-2)

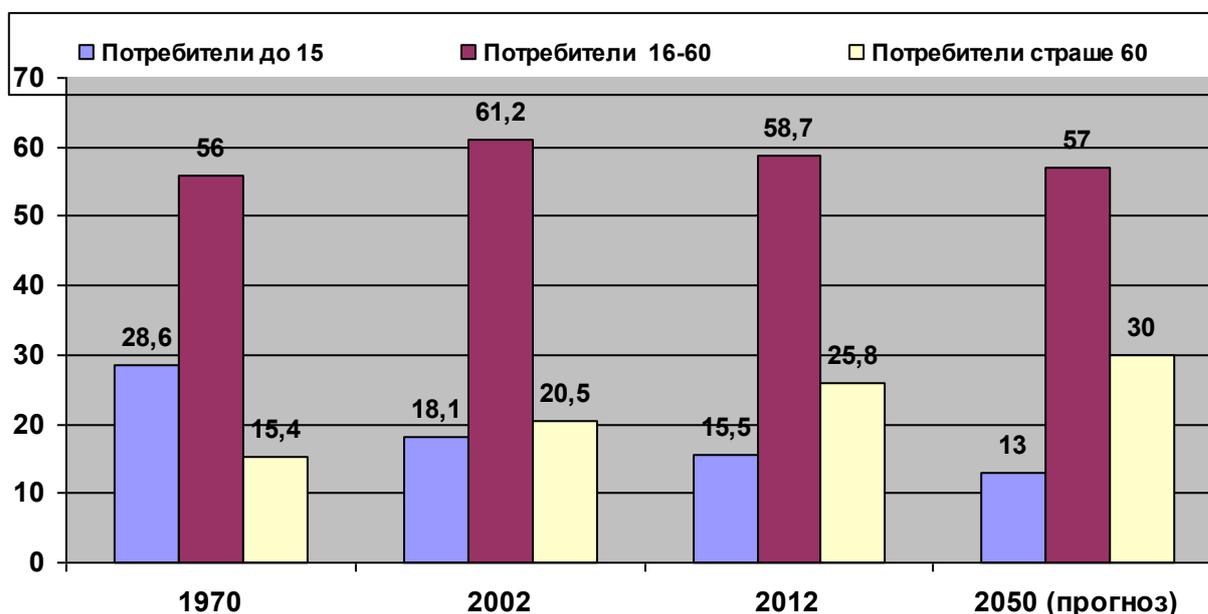


Рис.3-2. Демография российских потребителей, 1970-2050 гг.

Изменения в демографии потребления приводит к большей потребительской неоднородности с точки зрения увеличения числа сложных потребителей, а также более высокие ожидания относительно товаров и услуг. Усиливается сегментация потребительского рынка: 1) активными участниками становятся дети и молодежь, которые больше потребляют, но у них недостаточно потребительского опыта; 2) увеличивается доля пожилых людей, которые являются наиболее уязвимыми потребителями, сталкиваются с особыми трудностями.

Общемировой тенденцией является повышение общего уровня образованности населения, данный процесс наблюдается и в России (рис. 3-3). Однако многим потребителям не хватает финансовой, экономической, информационной грамотности и практических навыков, необходимых для принятия решений на современном сложном и информационно насыщенном рынке.

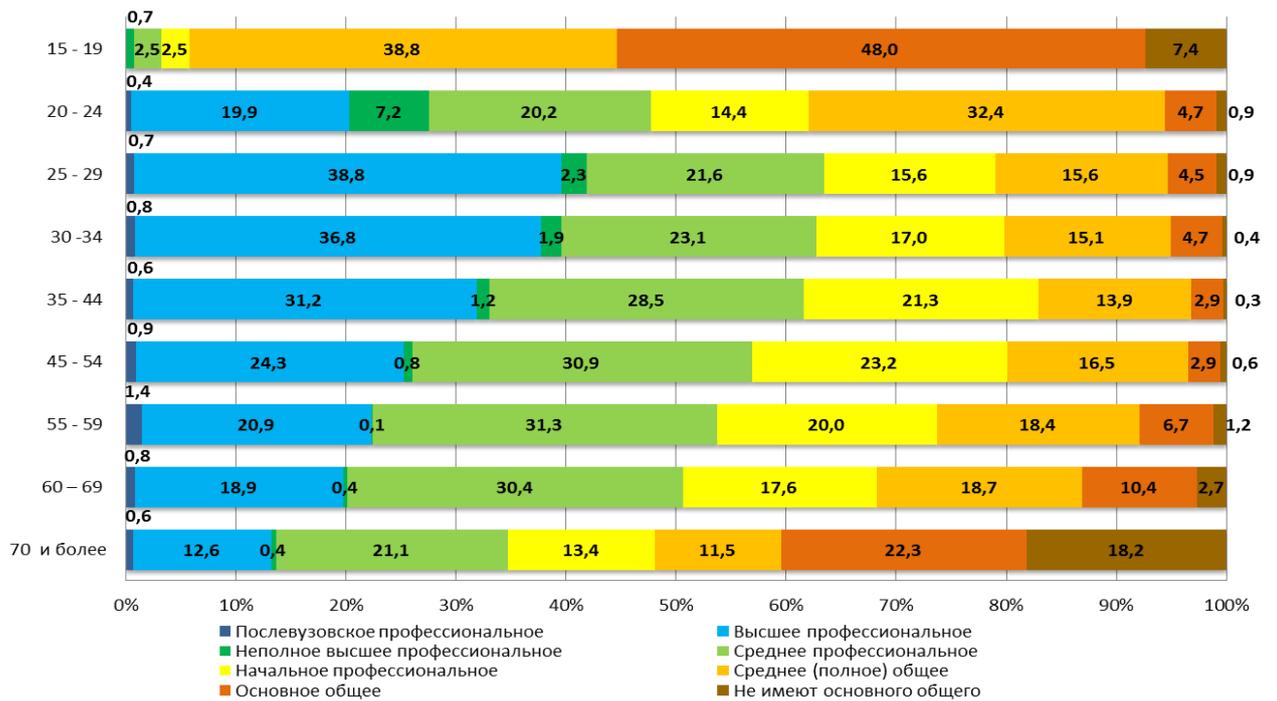


Рис. 3-3. Уровень образования по возрастным группам
(в % к общей численности соответствующей группы респондентов
в возрасте 15 лет и более)²⁵⁴

Таким образом, в результате исследования социально-демографических характеристик современных потребителей можно выделить следующие важные тенденции:

- Увеличивается неоднородность потребителей, усиливается сегментация потребительского рынка: 1) активными участниками становятся дети и молодежь, 2) увеличивается доля пожилых людей,
- Модели экономического поведения потребителей, их психология и поступки детерминированы возрастом, что отражается и на изменения структуры потребления.
- Несмотря на высокий уровень образования, только небольшая часть потребителей имеет навыки, необходимые для решения многих стандартных договоров с потребителями.
- Значительная часть потребителей недостаточно компетентны, чтобы справиться с современными вызовами.

²⁵⁴ Комплексное наблюдение условий жизни населения является составной частью системы федеральных статистических наблюдений по социально-демографическим проблемам – М.: Росстат. 2011. – с. 8

3.2. Усложнение механизма принятия потребительских решений

Становление информационной экономики вызвало глубокие преобразования на потребительских рынках товаров и услуг, которые принесли множество преимуществ для потребителя. Однако параллельно появляются новые трудности, связанные многоальтернативностью потребительского выбора, проникновением на рынок все более сложных наукоемких продуктов, углублением дифференциации между изделиями и услугами одной технологической группы, что требует от потребителей специальных знаний и навыков для сравнения и оценки ценности предложения на современном информационно насыщенном рынке.

Сложность принятия потребительских решений в современных условиях обусловлена:

1. Провалами рынка, асимметрией информации и консьюмерскими издержками
2. Изменение критериев рациональности потребительского выбора
3. Усиление субъективных факторов принятия потребительских решений

В процессе взаимодействия с внешней средой существенно возрастает функциональная экономическая роль потребителей, поведение которых становится активным, эндогенным, а не пассивным и экзогенным, как раньше. В основе активного потребительского выбора лежат личные потребности и экономические интересы. По мере развития информационного общества меняются и развиваются потребности, изменяются целевые установки субъектов, следовательно, меняется содержание их интересов и мотивы экономического поведения и механизмы принятия решений.

В условиях внедрения новых технологий избыток информации о товарах и услугах создает для потребителя, реализующего свой выбор на рынке, двойственную ситуацию. С одной стороны, расширяется доступ к огромному массиву информации, что повышает степень вероятности получения наиболее значимой и актуальной информации. С другой стороны, затрудняет процесс поиска и выбора полезной информации из большого информационного потока. В результате возникает феномен *информатизации потребления*, под которым в работе понимается опосредование потребления благ информационной деятельностью. Информация становится основной принятой решений потребителями.

Информационную деятельность потребителей можно разделить на две стадии: первая - стадия сбора и обработки информации; вторая – процесс принятия решений. Причинно-следственная связь поведения с внешними условиями не абсолютна, а проявляется как тенденция, как форма закономерности. Действительно, в основе личности лежит стремление свободно определять свое поведение. В этом смысле интеллектуально-практическая деятельность с позиции личности уникальна и неповторима. Однако в

условиях информационной экономики, характеризующейся высокой степенью неопределенности, свобода экономического поведения субъектов существенно ограничена как из-за наличия провалов рынка, неполноты и асимметрии информации, так и в силу других более объективных причин: низкий уровень дохода, высокий уровень цен, несбалансированность спроса и предложения и т.д.

Потребителям требуется систематическая своевременная информация о товарах, ценах, скидках, акциях, местах продажи товаров и услуг и т.д. Для получения этой информации потребители затрачивают свои ресурсы: экономические, временные и когнитивные. При анализе процесса сбора и обработки информации важно исходить не только из доступности информации, но и способности человека её осмыслить. Много информации не всегда лучше для потребителя.

Г. Саймон одним из первых рассмотрел данную особенность в теории принятия решений²⁵⁵, вместе с Дж. Марчем стали основоположниками «бихевиористской» теории, суть которой заключается в трактовке психологических аспектов поведения потребителей в процессе выбора и покупки ими товаров с целью выявления их мотивации и предпочтений. В процессе исследований ученый разработал модель ограниченной рациональности, которая отражает ограниченность познавательных способностей индивида в получении, сохранении, обновлении и обработке информации²⁵⁶. Принять единственное правильное решение относительно потребления или сбережения, чтобы максимизировать выгоду, экономическому агенту просто не хватает вычислительных возможностей. Проблема заключается не в недостатке информации, скорее в том, что её слишком много, чтобы обработать. В связи с чем, у потребителя с его ограниченными информационными и вычислительными возможностями не может быть полной функции полезности, которая позволила бы сравнить разнородные альтернативы. В данном случае процесс принятия решений сводится к поиску удовлетворительного варианта.

Так, согласно концепции переменной рациональности Х. Лейбестайна²⁵⁷, степень продуманности человеческого поведения зависит от двух сил. Физиологическая, животная природа человека, в первую очередь, требует экономить мыслительную энергию и душевные силы. Чем более продуманным будет решение, тем больше труда доставит экономическому субъекту процесс его принятия. Если бы поведение человека

²⁵⁵ Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. - 1993. - Т. 1. - Вып. 3.

²⁵⁶ Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Вехи экономической мысли. Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. - СПб.: Экономическая школа, 2000. - Т. 2:

²⁵⁷ См.: Лейбестайн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью» // Теория фирмы / Под ред. В. Гальперина. - СПб., 1995. - с. 477-507.

определялось только его физиологической природой, оно было бы минимально рациональным. На практике все иначе, причина тому – общественная природа человека, стандарты, нормы, которые ставит перед ним общество. Во многих случаях общество требует от человека больших затрат физических и умственных сил: более продуманное, рациональное поведение всегда пользуется большим уважением и приносит большее удовлетворение. Поэтому в реальной жизни происходит конфликт общественных норм поведения с физиологическими потребностями человека и его стремлением к экономии сил. В результате достигается некоторая оптимальная для душевного комфорта индивида степень рациональности, с которой он решает вопросы потребительского выбора. Отсюда следует, что никакой человек в принципе не может полностью использовать свой интеллектуальный потенциал и достичь максимальной эффективности. Это явление, присущее любой экономической системе, Х.Лейбестайн называет «Х-неэффективностью».

В теории ранжирования рациональности предполагается, что осознанное и неосознанное в человеке противостоят друг другу. Все типы экономического поведения П.Рейно ранжирует по уровню затрат умственной энергии. Чем осознаннее рациональное поведение, тем больше затрат энергии требуется, и тем менее охотно ведут себя экономические субъекты. Типичным для этой ситуации являются квазирациональные формы поведения, то есть «эпизодически осознанное поведение» у потребителей. Переход от одного типа поведения к другому осуществляется скачкообразно через «пороги», которые по интенсивности последующего изменения подразделяются на пороги разрыва и пороги адаптации.

Неоднозначное проявление необходимости, наличие возможности различного подхода к решению проблемы порождает проблему выбора. Как известно, выбор есть наиболее существенный компонент всякого решения, ограничивающий разнообразие. В процессе принятия решений потребитель соотносит неудовлетворенные потребности с собственными платежеспособными возможностями. В этом случае вторую стадию интеллектуальной деятельности можно представить как алгоритм выбора удовлетворительного решения, который включает набор определенных правил²⁵⁸:

- дизъюнктивное правило предполагает выбор варианта с наивысшим уровнем одной, самой важной характеристики;
- конъюнктивное – выбирается вариант, превышающий удовлетворительный уровень по всем характеристикам;

²⁵⁸ См.: *Earl P. Bound rationality, psychology and financial evolution // New directions in Post-Keynesian economics. Aldershot, 1989. P.728-729; Handbook of behavioral economics. Vol. A. P.76-77.*

- правило последовательного отбрасывания – удаляется каждый вариант, не удовлетворяющий приемлемому уровню любой, первой попавшейся характеристики;
- лексикографическое – варианты сравниваются парами, причем сначала по самому важному критерию, затем по следующему по важности и т.д.

В результате интеллектуального процесса выбирается наиболее приемлемый вариант решения²⁵⁹, относительно значимые потребности, требующие немедленного удовлетворения, побуждают субъекта принять решение в пользу потребления; менее важные потребности, которые можно отложить во времени, тем самым мотивируют решение о сбережениях, и удовлетворяются в будущем.

Альтернативную теорию в сфере анализа потребительского поведения индивидов и семейных домохозяйств предложили Д.Макфадден и Дж. Хекман, нобелевские лауреаты 2000 года.²⁶⁰ Ученые выдвинули теорию выбора места деятельности и проживания индивида²⁶¹ и разработали методологию оценки свободного выбора потребителем приобретаемого блага. Дж Хекман²⁶² предложил рассматривать человеческий капитал как прямой источник потребительских выгод, влияющий на эффективность проведения свободного времени индивидом, использованного в его потреблении. Производство человеческого капитала подается в форме соотношения для темпа роста человеческого капитала:

$$H(t) = F [bJ(t) H(t), D(t)] - sH(t), H(0)=H_0, \text{ где}$$

$H(t)$ - величина человеческого капитала в определенный момент; b - коэффициент производительности; $J(t)$ - время накопления человеческого капитала; $D(t)$ - издержки купленных товаров на инвестиции в человеческий капитал; s - показательная ставка обесценивания человеческого капитала (норма амортизации).

По мнению ученого, человеческий капитал, бывает продуктивным только тогда, когда потребитель использует *свободное время* для его производства. Отмеченное уравнение является динамическим ограничением поведения потребителя во времени. Вторым условием выступает бюджетное ограничение. Предусматривается, что на кредитном рынке действует процентная ставка и исполняются требования, согласно которому ценность финансовых вложений не является отрицательной (в конце жизни субъекта). Ученый пришел к выводу, что потребление эффективного свободного времени и товаров растет монотонно в течение жизненного цикла потребителя, вследствие чего человеческий капитал повышает производительность времени на

²⁵⁹ См.: Simon H. A behavioral model of rational choice // Quart. Economic. 1955. Vol.68. P. 69, 99-118; Idem. Models of man. New York, 1957.

²⁶⁰ Довбенко М.В., Осик Ю.И. Современные экономические теории в трудах нобелиантов, - М.: Изд-во «Академия естествознания», 2011. – 475 с.

²⁶¹ Mcfadden D. Condition Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior / Frontiers in Econometrics. – New York, London: Academic Press, 1974. – pp 105-142

²⁶² Heckman J. Longitudinal Analysis of Labor Market Data . – Cambridge University Press, 1985.

рынке и времени дома в одинаковой пропорции. Суть концепции отражает *сложность* и *многоальтернативность* потребительского поведения в современных условиях.

Также вступает в спор с классической теорией выравнивания цен с помощью рыночного механизма теория ценового поиска и подбора на рынках с моделями «трений» П.Даймонда, Д.Мортенсена, К.Писсаридеса (2010 год)²⁶³. Основой данного подхода является предположение о том, что поиск контрагента по сделке требует как временных, так и материальных издержек²⁶⁴. Наличие затрат, связанных с поиском или «поисковых трений» свойственны всем рынкам, в том числе рынку благ.

Затраты потребителей, связанные с поиском информации о товаре или услуге в виде затрат денег, времени и прочих ресурсов, назовем *консьюмерскими издержками* по аналогии с транзакционными издержками фирм. Рациональные экономические агенты решают нести поисковые издержки вплоть до какого-то разумного предела всякий раз, когда их потенциальные партнёры на рынке неоднородны с точки зрения ожидаемых взаимных выгод от сделки. В отличие от рынка совершенной конкуренции, где покупатели и продавцы автоматически находят друг друга, а цена устанавливается на уровне предельных издержек, в модели подстройки цен потребители затрачивают усилия и время на поиск информации о цене блага. Фирмы продают однородный товар и заранее устанавливают цену, максимизируя прибыль. Потребители знают распределение цен, но окончательное значение цены в данный момент времени устанавливают непосредственно в месте продаж. Поиск более привлекательной цены в других местах сопряжен с определенными издержками времени. Отсюда, если покупатели осознают, что у других фирм аналогичная цена, они прекращают поиск и приобретают товар. Фирмы, знающие о намерениях потребителей не продолжать поиски, устанавливают монопольные цены на рынке, причем вне зависимости от того насколько малыми являются издержки поиска. Данный феномен получил в экономической теории название *парадокс Даймонда*. Однако, в условиях информационных технологий данный парадокс может ослабевать, поскольку информационный маркетинг через Интернет позволяет сравнить цены однородных товаров без особых затрат времени и денег.

Положения неоклассической теории связаны с нейтрализацией провалов рынка: недостатком конкуренции, неполнотой и асимметрией информации, внешними экстерналиями. Провалы рынка, которые возникают в связи с отсутствием информации, являются одним из основных недостатков, приводящих к снижению благосостояния потребителей. Одним из

²⁶³ Дементьев А.В. Вклад Даймонда, Мортенсена и Писсаридеса в экономическую науку// Экономический журнал ВШЭ. – 2011. - № 1. - с. 50-67

²⁶⁴ Daimond P. Model of Price Adjustment // Journal of Economic Theory. – 1971. – vol 3. – №2 – зз. 156-168.

первых к изучению данной проблемы обратился К. Шапиро²⁶⁵. По его мнению, ключевые элементы экономической информации включают в себя понимание того, как вырабатывается и используется информация, виды рыночных проблем, которые могут возникнуть из-за недостатков информационных потоков.

Традиционная экономическая модель признает, что потребители всегда знают свои предпочтения, принимают решения рационально, максимизируют полезность, исходя из всей доступной информации. В неоклассической модели рынка с совершенной конкуренцией предполагается, что цены определяются жесткой конкуренцией, покупатели имеют достаточную информацию о всех доступных товарах, в том числе полностью знакомлены с ценами и свойствами этих продуктов. Однако в реальной жизни большинство покупателей такой информацией не владеют, поскольку получение и обработка информации может быть дорогостоящим процессом. Значит, потребители и продавцы владеют неодинаковым объемом информацией о товарах. Многим рынкам свойственна асимметричность информации - ситуация, когда часть участников рынка владеет такой информацией, какой не владеют другие заинтересованные лица.

В начале 70-х годов к теме асимметричной информации в экономике обратились американские экономисты Дж.Стиглиц, М.Спенс, Дж.Акерлоф²⁶⁶. Их теоретические разработки обусловили модификацию всей теории общего рыночного равновесия. Поскольку теория рыночного равновесия учитывает только *цены как сигналы* ограничения ресурсов, а в действительности существует много других важных сигналов, за получение которых надо платить, например, знание истинного качества товара, состояние фирмы.

Несовершенство информации является одним из проявлений несостоятельности рынка вне зависимости от того, распространяется этот недостаток рынка на производство частных, общественных или социально значимых благ. Неполная и недостоверная информация не позволяет индивиду сделать оптимальный выбор и максимизировать свою полезность, поэтому состояние Парето-оптимальности в потреблении и производстве становится недостижимым. Так, медицинская фирма может скрывать информацию о негативных побочных эффектах лекарств, учебное заведение - не давать достоверную информацию о низком качестве обучения, строительная фирма – об аварийности новых конструкций и т.д.

Отсутствие достаточной информации может блокировать взаимодействие участников сделок, результатом чего становится неполнота рынков. Асимметрия информации порождает такие негативные эффекты как неблагоприятный (тенденциозный) отбор и риск

²⁶⁵ Шапиро К. 1983.

²⁶⁶ Akerlof G. The Market for «lemons» // Quality Uncertainty and the Market Mechanism, Quarterly Journal of Economics – 1970 . - 84 (3),- p. 488-500: Spence M. Job Market Signaling // The Quarterly Journal of Economics. 1973. - Vol. 87..

недобросовестности. Явление, когда асимметричное распределение информации приводит к полному или частичному вытеснению с рынка «хороших» товаров «плохими», называется неблагоприятный отбор. Ущерб от тенденциозного отбора терпят и продавцы и покупатели хороших товаров, наиболее остро данный эффект проявляется в страховом деле²⁶⁷.

Потребители используют широкий спектр информации в процессе принятия решений, в том числе информации, полученной в результате наблюдения и использования продукта, от друзей и семьи, от фирм, с помощью рекламы и других маркетинговых мероприятий, так и от третьих лиц, таких как правительство, посредники и независимые организации.

Количество и ценность информации, полученной путем прямого наблюдения, и последствия решения о покупке могут варьироваться в зависимости от типа продукта или услуги. Стандартный способ классификации товаров или их характеристик включает:

- *Поисковые товары*, чьи свойства и качественные характеристики могут наблюдаться или их можно проверить до покупки (например, в цвет автомобиля)
- *Опытные товары*, качество которых может наблюдаться только после использования (например, долговечность автомобильных покрышек может вписаться в эту категорию).
- *Доверительные товары*, качества не могут быть определены покупателем даже после приобретения и использования (часто это бывает с лекарственными препаратами)

Опытные товары и доверительные блага, часто подвержены асимметрии информации между продавцами и покупателями, где продавцы знают больше об особенностях и качестве их продукции, чем покупатели. Как потребители, так и некоторые продавцы, как правило, товаров с высоким качеством заинтересованы в снижении суммы этой асимметрии путем улучшения информирования потребителей. В крайнем случае, информационная асимметрия может привести к неэффективности рынка, где продавцы товаров высокого качества, не могут достоверно донести информацию до потребителей,

Качество информации, доступной для потребителей крайне важно для принятия правильных решений. Потребители должны быть осторожны в оценке источников информации. Иногда информация, вводящая в заблуждение, приводит к негативным результатам и принятию неправильного решения, которые причиняют ущерб.

Важными источниками информации для потребителей являются реклама, маркировка и маркетинг. В дополнение к очень важной функции, описывающей цену, местоположение, физические характеристики товаров, реклама должна быть правдивой и безопасной для здоровья, чтобы предоставлять полезную информацию. Фирмы с помощью рекламы и других рекламных расходов в качестве средства разработки используют *репутационный капитал*,

²⁶⁷ *Стиглиц Дж.* Глобализация: тревожные тенденции. Пер. с англ. Г. Пирогова - М.: Национальный общественно-научный фонд, 2003.

предназначенный для сообщения качества и стоимости продукции, которую они предлагают для продажи²⁶⁸. Логика репутационного капитала фирм заключается в том, чтобы не тратить много средств на рекламу, если большинство потребителей попробовали продукт и остались недовольны, они не купят его снова, и посоветуют другим отказаться от покупки. В противоположном случае потребители могут полагаться на репутацию при вынесении решений относительно качества продукции данной фирмы. Это может оказаться наиболее эффективным в том случае, если потребители могут оценивать качество товара после покупки, и когда компании рассчитывают на повторные продажи. Фирмы также используют договорные условия, такие как поручительства и гарантии возврата денег, чтобы убедить потребителей в качестве их продукции.

Абсолютизация неоклассического положения о полной рациональности и информированности потребителя противоречит тому, что лавинообразно растет разнообразие благ на рынке и возрастает сложность выявления их потребительских характеристик, что предполагает огромные консьюмерские издержки. В информационной экономике проявляется *информационная недоступность* многих параметров товаров и услуг для отдельного потребителя. Влияние информационной среды на потребителя проявляется в том, что если информация ограничена или урезана, то потребители не могут осуществить эффективный выбор и не в состоянии реализовать свои права в полном объеме. Отсюда, возникает необходимость в организации социально-государственных институтов, гарантирующих права потребителей на рынке.

Одной из важнейших тенденций в современной науке является изменение форм рациональности как базового постулата неоклассической теории. Кардинально меняется осмысление соотношения рациональность - иррациональность, понимания каким образом они влияют на формы потребительской активности. Данная проблематика исследуется в рамках поведенческой экономики, основанной на иных допущениях. Ученые, опираясь на результаты психологических исследований в области принятия решений, доказывают, что люди не всегда ведут себя рационально, в своих собственных интересах из-за таких поведенческих черт, как проблемы самоконтроля, неумение делать различия между выгодами и убытками, трудностями в выборе между большими наборами параметров, сложных продуктов, асимметрией в восприятии выигрышей и потерь и т.д.. В связи с этим многие результаты поведенческой экономики стали весьма актуальными для разработки потребительской политики.

В стандартной модели информационной экономики, время и усилия, необходимые для решения задач, рассматриваются как расходы. Поведенческие исследователи изучили более

²⁶⁸ Beales H. Crasweg, R., Salop S The Efficient Regulation of Consumer Information, // *Journal of law and Economics*. – 19981. - V. 24, - pp. 491-539,

подробно, как лица принимают решения в ситуациях расширения выбора и усложнения продуктов, например финансовых инструментов. Обнаружилось, что потребители используют сравнительно простые «правила большого пальца», или «эвристики»²⁶⁹, т.е. игнорируют некоторые возможные варианты в виду большой массива трудоемкой информации. В целях оптимизации процесса принятия решений в таких ситуациях, потребители используют эвристики, особенно в условиях дефицита времени, когда следует принимать решения быстро. Во многих случаях это является эффективным способом достижения оптимального решения. Однако, эти «правила» могут также привести потребителей в заблуждение.

Если потребители имеют возможность оценить и сравнить продукты, они часто считают ограниченное число переменных, ориентируясь в основном на цену. В случае сложных продуктов, важные переменные, которые могут повлиять на общую стоимость использования продукта могут быть проигнорированы. Фирмы иногда усложняют процесс, намеренно принижая или даже скрывая свойства, которые влияют на изменения цены, чтобы не уменьшить спрос на их продукцию. Это явление обычно называют «скрываемые атрибуты»²⁷⁰. Например, покупатели принтеров не ищут информацию о цене чернил, хотя эти расходы существенная часть стоимости владения и эксплуатации копировальной техники.. Или могут сделать предварительный заказ на низкоценовой номер в отеле, чтобы обнаружить сравнительно высокие тарифы на основные услуги, которые другие заведения предлагают бесплатно. Следует отметить, что в тех случаях потребители, которые уделяют внимание скрытым атрибутам при принятии решений извлекают дополнительную пользу, если смогут не платить завышенную цену за скрытые свойства.

Потребители часто сталкиваются с решениями, которые предполагают некоторую степень неопределенности. Очевидный пример - покупка страхования, где потребители платят фиксированную сумму, чтобы ограничить расходы в случае несчастного случая (например, автомобильная авария или серьезных проблем со здоровьем). Существует также большая степень неопределенности в отношении будущего, когда потребители делают заимствования, принимают сберегательные и инвестиционные решения. Традиционные экономические модели предполагают, когда сталкиваются с проблемой выбора с неопределенным исходом, потребители оценивают возможные результаты в зависимости от вероятности их наступления и сделают выбор с наибольшей ожидаемой выгодой, то есть максимизируют ожидаемую полезность. При этом потребители оценивают рискованные решения в соответствующем порядке.

²⁶⁹ Каненман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005 – 632 с.

²⁷⁰ Lunn P. Regulatory Policy and Behavioral Economics. – OECD, Publishing, 2014.

Отклонения в поведении потребителей объясняет «теория перспектив» Д. Канемана и А. Тверски²⁷¹, связанная с принятием решения в условиях риска. Эта модель основана на трех когнитивных принципах выбора потребителями:

- Оценка возможных последствий осуществляется по отношению к нейтральной точке отсчета, или уровню адаптации.
- Принцип снижения чувствительности работает при оценке динамики богатства.
- Принцип неприятия потерь. Потребители готовы взять на себя дополнительные расходы, чтобы избежать больших потерь, но не готовы идти на подобные траты, чтобы достичь больших успехов. Потери переживаются сильнее, чем выигрыш.

Ученые, исходя из аналогии с перцептивной адаптацией²⁷², считают принятие решения будет зависеть от *исходной точки* (предыдущее состояние, относительно которого оценивается ситуация), то есть люди по-разному будут реагировать на одинаковые ситуации в зависимости от того теряют они что-то или выигрывают. Особенность теории перспектив заключается в том, что точка отсчета является очень важным моментом, когда потребители оценивают возможные результаты. На этом основании сделаны следующие выводы, что, во-первых, что человек не способен оценить будущие доходы в абсолютном выражении, оценивает их в сравнении с обычным уровнем доходов или с уровнем, который сложился; во-вторых, при одинаковом риске люди больше склонные к сохранению достигнутого финансового уровня, чем к его увеличению. На основе экспериментальных данных Д. Канеман и А. Тверски вывели функцию ценности, которая определялась в значениях отклонения от исходной величины. Кривая является выпуклой вверх для выигрышей и вогнутой вниз для потерь, что означает склонность к избеганию риска при выигрышах и склонность к риску при проигрышах, причём при проигрышах функция ценности имеет более крутой наклон, чем при выигрышах (рис.3-4)

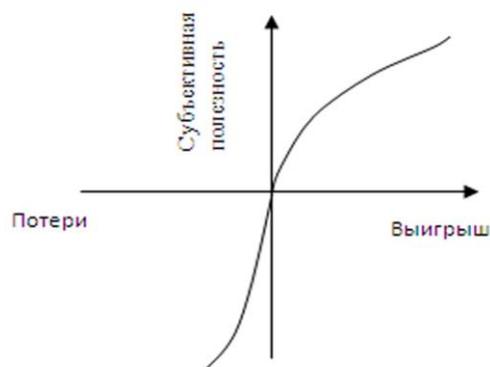


Рис. 3-4. Функция полезности в поведенческой экономике

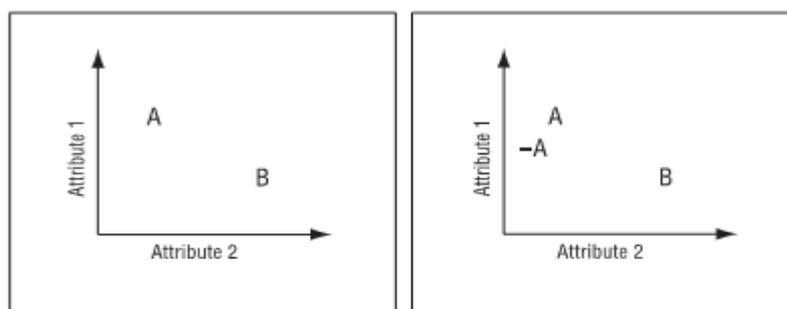
²⁷¹ Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005;

²⁷² Tversky A, Kahneman D. Prospect theory: An analysis of decision on under risk // Econometrica. - 1979- № 5. - p. 263-294.

Асимметрия восприятия выигрышей и убытков обусловлено тем, что человеческая психика воспринимает не столько абсолютное значение своего богатства, сколько его изменение, причем удовольствие от выигрыша меньше, чем разочарование от поражения. Издержки всегда кажутся значительнее, чем эквивалентный доход. Основываясь на экспериментальных исследованиях, теория перспектив делает парадоксальный вывод: люди скорее готовы взять на себя больший риск, чтобы избежать издержек, чем получить дополнительную премию при большом риске. Новейший финансовый опыт россиян совпадает с результатами экспериментальных испытаний. Например, массовое хранение денег в виде наличности, несмотря на рекомендации более рационального использования и поддержки национальной экономики, объясняется естественным ощущением «непринятия издержек», усиленным негативным опытом, приобретенным во времена гиперинфляции, ваучерной приватизации и «финансовых пирамид».

Понимание точки отсчета может иметь большое практическое влияние на выбор потребителей. Теория перспектив также отмечает, что потребители, оценивая вероятности, иногда платят гораздо больше, чтобы перейти от стоящих перед ними небольших рисков к их полному устранению, чем они готовы платить за аналогичное снижение рисков, которые остаются даже при минимальном значении. Более того, человеку свойственно заикливаться на своем первоначальном выборе (эффект якоря), а затем принимать решения согласующиеся с ним. На психологическом уровне такой механизм служит самозащитой против осознания ошибочности принятого решения. При этом первоначальный выбор может быть случайным, зато последующая линия поведения будет вполне закономерной. Данный феномен Д. Ариели называет *произвольной когерентностью*²⁷³.

Не менее важный эффект - эффект негативной приманки заключается в представлении дополнительной возможности выбора только для фиксации внимания потребителя (рис. 3-5.), чтобы навязать ему наиболее выгодную для продавца покупку.



1) вариант без приманки

2) вариант с антиприманкой

Рис. 3-5 Эффект антиприманки при выборе из нескольких альтернатив²⁷⁴

²⁷³ Ariely D. Predictably irrational. – HarperCollins, 2009.

²⁷⁴ Ариели Д. Поведенческая экономика. – М. 2013. – с. 27

В первом варианте потребитель осуществляет выбор по классической схеме «цена-качество», во втором, потребитель, как правило, выбирает случай А из любых вариантов, поскольку именно у него есть антиприманка (-А)), с которой он может сравнивать свои предпочтения. Иными словами, дополнительная информация может отвлекать потребителей от более важных факторов, и это может пагубно сказаться на потребительском выборе и заставить их принимать менее выгодные решения.

В новой работе Каненам Д. предложил концепцию «двуконтурной» психологии принятия решений, которую автор называет «Система 1» (быстрая, интуитивная, эвристическая) и «Система 2» (медленная, рассудочная, точная)²⁷⁵. Первая срабатывает автоматически и очень быстро, не требуя особых усилий от потребителя, и не производит ощущения намеренного контроля; вторая - акцентирует внимание, необходимое для сознательных умственных усилий, требует затрат энергии²⁷⁶. Действия второй системы связаны, по мнению ученого, с субъективным ощущением деятельности, выбора и концентрации. Инстинктивное использование первой системы приводит к тому, что многие принятые решения оказываются иррациональными, причем как с точки зрения формальной логики, так и для потребительской деятельности самого индивида. В результате – такие явления, как чрезмерный оптимизм (*optimism*), избыточная убежденность (*overconfidence*), эвристика доступности (*availability*), ошибка типа «задним умом все крепки» (*hindsight bias*) оказываются не просто типичными, но и массовыми явлениями, как в экономической практике, так и в повседневной жизни²⁷⁷.

Другая поведенческая черта, относящаяся к неопределенности, излишняя *самоуверенность*²⁷⁸. Потребители часто считают, что склонны испытывать результат от некоторых действий, который лучше, чем средний ожидаемый результат. Например, если сказано, что 20% клиентов получили выгоду от конкретного продукта, они будут склонны верить, что обязательно войдут в эту группу. Необоснованная уверенность, которая является последствием удачного совпадения предсказуемого результата, ученые называют иллюзией валидности²⁷⁹.

²⁷⁵ Kahneman D. Thinking fast and slow .- Macmillan, 2011

²⁷⁶ Каненам Д. Думай медленно... решай быстро. – М.: АСТ, 2014. - с. 31

²⁷⁷ Белянин А. Что заставляет нас расставаться с деньгами. Несколько книг о поведенческой экономике www.postnauka.ru/books/8205

²⁷⁸ Lunn P. Regulatory Policy and Behavioral Economics. – OECD, Publishing, 2014.

²⁷⁹ Каненам Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005 – 632 с.

Интересным моментом в процессе выбора становится относительная вероятность. На рис. 3-6 в зависимости от контекста, круги в центре кажутся различными, хотя в реальности они абсолютно одинаковые.

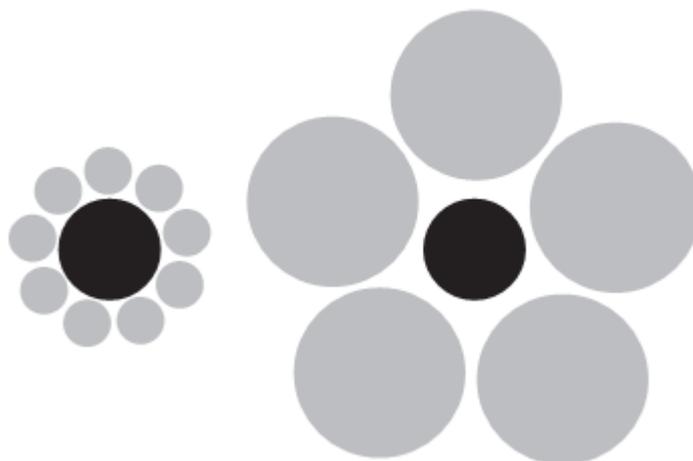


Рис. 3-6. Иллюстрация принципа относительности в процессе выбора²⁸⁰

Поведенческие исследователи подчеркивают, что именно так потребители осуществляют выбор. Эффект относительности тесно связан с демонстрационным эффектом потребления, чтобы «не отстать от Джонсов» потребители часто подражают соседям, друзьям, телезвездам.

В результате потребители предъявляют спрос на блага не только в соответствии с их функциональными качествами, но и их символической ценностью. Для продукта, обладающего знаковой стоимостью, материальная составляющая становится менее значимой, моральное устаревание происходит намного быстрее его физического износа, следовательно, интенсивность его потребления увеличивается.

Объяснение закономерностей экономики зависит от понимания человека и мотивов его поведения. Биология и психология человека обуславливают поведение главной функциональной единицы экономики – потребителя²⁸¹. Под влиянием технологической революции возникла новая дисциплина – когнитивная нейронаука (*cognitive neuroscience* - с англ.), предметом исследования данной научной дисциплины является объяснение процессов восприятия, памяти и сознания активностью определенных ансамблей головного мозга. На этой основе активно развивается междисциплинарное направление – нейроэкономика как синтеза первой и экономической науки²⁸². *Нейроэкономика* – это новая научная дисциплина,

²⁸⁰ Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. Пер. с англ. П. Миронова – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – с. 25

²⁸¹ Нейроэкономика как перспективное направление общественной мысли / Нанoeкономика в славянских странах СНГ. – Ижевск, 2011. – с. 299

²⁸² См.: www.neuroscience.ru.cjntent.

которая занимается изучение процесса принятия решений, реалистичное моделирование поведения людей

Ученые выявили, что люди более активно свершают покупки с помощью карт, легче расстаются с виртуальными деньгами, чем с наличными. Нейроэкономисты отмечают, что кредитные карты паразитируют на опасном недостатке человеческого мозга²⁸³. Этот дефект связан с эмоциями, которые склонны оценивать немедленную выгоду (покупку новой вещи) непропорционально высоко по сравнению с будущими проблемами (высокими процентными ставками). Чувства взволнованы перспективой немедленного вознаграждения, в такой ситуации человек не способен разобраться с долгосрочными финансовыми последствиями принимаемого решения. Эмоциональный мозг блокирует информацию о процентных ставках, выплате долга или расходов по кредиту. В результате такие области мозга, как островок Рейля, не реагируют на операции, в которых задействованы кредитные карты²⁸⁴. Не испытывая сопротивления, люди поддаются импульсам и совершают спонтанные покупки, делая долги.

Широкое распространение кредитных карт выявляет иррациональность человеческого поведения. Потребители ежедневно делают выбор из нескольких альтернатив и каждый в принципе способен оценить возможные последствия принимаемых решений. Люди сталкиваются с постоянными компромиссами между потреблением сегодня и потреблением в будущем; кроме того, ситуация с которой они находятся сегодня во многом зависит от выбора, который сделан в прошлом. Стандартные экономические модели межвременного принятия решений предполагают, что потребители выбирают значение текущего и будущего потребления путем дисконтирования, которое согласуется между двумя периодами времени, независимо от того, когда потребитель делает оценки. Поведенческая экономика утверждает, что потребители более высоко ценят настоящее по сравнению с другими периодами. Отсюда принимают недальновидные решения относительно сбережений и кредитов. Эти потребители могут, например, взять небольшой кредит сегодня под более высокий процент вместо большего кредита через год по более низкой дисконтной ставке. Или напротив, открыть депозит в размере 100 тыс. на один год против 110 тыс. в два года, что означает более низкую учетную ставку на один год 9%. Это явление Д.Лайбсон называется «гиперболическое дисконтирование»²⁸⁵. Такое дисконтирование имеет серьезные последствия для потребителей, а это означает, что они могут принимать различные решения сегодня, о которых будут сожалеть

²⁸³ Лерер Дж. Как мы принимаем решения? - М.: Астрель, 2010.

²⁸⁴ Лерер Дж. Кредитные карты, импульсные покупки и эмоциональный мозг/ Элитариум: Центр дистанционного образования (www.elitarium.ru)

²⁸⁵ Laibson D., Madrian B. The Importance of Default Options for Retirement Savings Outcomes: Evidence from the United States// National Bureau of Economic Research, Working Paper 12009, January. 2006..

в будущем. Потребители, наиболее пострадавшие от гиперболического дисконтирования, как правило, имеют большие суммы задолженности, чем другие. Вероятно, они сталкиваются с проблемами самостоятельного управления по причине медлительности и инерции, когда изменение равновесия требует усилий в настоящее время, чтобы получить больше выгоды постепенно в будущем.

Изучая механизмы принятия потребительских решений, Каненан А. и Тверски Д. приходят к выводу, что на практике сильное влияние оказывают психологические фреймы. «Фрейминг эффект» или эффект обрамления²⁸⁶ предполагает, что когда человек стоит перед выбором решения между идентичными проблемами, но одна из них описана в позитивном ключе, а другая в негативном, то решение может иметь противоположный характер. Люди реагируют на различные сигналы и контексты. Эффект обрамления определенным образом может побудить потребителей оценить выбор из определенной точки отсчета, и увидеть результаты своего выбора в соотношении «прибыль» или «убытки». Представляя выбор с опцией по умолчанию, можно побудить потребителей выбрать именно эту опцию, потому что «по умолчанию» становится точкой отсчета. Недавние исследования пенсионных сбережений показали, как эффект по умолчанию влияет на результаты пенсионных накоплений на всех этапах жизненного цикла, в том числе участие в сберегательных планах, распределение активов и распределения пенсионных накоплений. Например, вступление в российскую программу софинансирования требует написания заявления и личного обращения в пенсионный фонд. Это приводит к тому, что многие не участвуют в этой программе, хотя условия достаточно выгодны, 50% годовых не предлагает ни один банк.

Возможное объяснение фрейминг эффекта заключается в том, что фрейминг изменяет отправную точку (*reference point*) принятия решения так, что конечная выгода или потеря воспринимается по-другому и вектор риска меняется, так в условия позитивного фрейминга - это избегание риска, а при негативном фрейминге, наоборот. Отсюда вывод, что эмоции играют важную роль в механизме принятия решений. Люди реагируют на различные сигналы и контексты²⁸⁷. Некоторые экспериментальные исследования показывают, что наличие кредитных карт вызывает *ониоманию*, невротическую зависимость у потребителей, и ассоциируется только с покупками.

Потребители просят помощи в борьбе с импульсивными тратами и в развитии самоконтроля. Экономисты пытаются найти способы компенсации такого поведения, используют данные по нейровизуализации для создания методик и стимулов, помогающих

²⁸⁶ Kahneman, D., Slovic, P., Tversky, A. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. -New York: Cambridge University Press, 1982.

²⁸⁷ Каненман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005;

людям сдерживать иррациональные порывы и принимать более рациональные решения. Д.Ариели описывает несколько методов для снижения расходов по кредитным картам: метод «ледяного стакана» (домашнее средство от импульсивных трат - заморозить карту в стакане воды, потом ждать, когда оттает); ведение блогов должников в Интернете: автоматический баланс кредитных карт²⁸⁸. Предлагается банкам вводить кредитные карты нового образца, со встроенным механизмом самоконтроля, ограничивающим потребительские импульсы: в товарной категории, в отрезок времени, в каждом магазине. Превышение лимита наказывается штрафными санкциями: собственный внутренний налог, долгосрочный депозит, благотворительный взнос, отправка сообщения супруге, т.д. Необходимо введение так называемых «губернаторов» по расходам по аналогии с методом регулирования скорости движения на дорогах, что поможет потребителям устанавливать самостоятельный кредитный лимит оптимальным образом.

Таким образом, учитывая выше указанные подходы, можно сделать следующие выводы: во-первых, необходимо признать, что психологические особенности, мотивы и стимулы определяют направленность экономического поведения субъектов, а следовательно, и модели потребления; во-вторых, такие субъективные факторы, как вкусы, привычки, традиции, обычаи, инстинкты носят устойчивый характер и оказывают продолжительное стабилизирующее воздействие на поведение домохозяйств, связанное с распределением дохода на потребление и сбережение; в-третьих, в условиях российской действительности преобладающую роль в моделях потребления играют дискретные психологические факторы: массовые пессимистические настроения, неуверенность в будущем, состояние неопределенности, вызывающие негативные тенденции и дисфункции потребления.; в-четвертых, признание неустранимой иррациональности человеческого поведения открывает путь к поиску действий в сфере потребительской, финансовой и социальной политики, способных скорректировать иррациональность и ослабить ее негативные последствия для человека и общества

Как отмечает, Никифоров А.А., поведенческая экономика исходит из аксиомы частичного, но существенного непонимания индивидами законов функционирования рынка, что особенно проявляется в периоды кризисных явлений. Индивиды воспринимают только небольшую часть от общего объема информации в силу сложности мира экономики. Поэтому, несмотря на желание, они не могут осуществлять оптимальный выбор, предписанный теорией. Однако агенты готовы корректировать свои правила поведения методом «проб и ошибок».²⁸⁹

²⁸⁸ Ариели Д. Поведенческая экономика. - М., 2013.- с. 139

²⁸⁹ Никифоров А.А. Проблемы синтеза научных исследовательских программ:

Таким образом, исследования, проделанные в области поведенческой экономики, определяют ряд важных аспектов потребительского поведения, отличающихся от предпосылок, лежащих в основе традиционной неоклассической модели рынка. Экспериментальные разработки в этой области обогащают понимание потребительского поведения в ключевых областях, которые являются важным дополнением к неоклассической модели.

3.3. Влияние информационных каскадов на поведение потребителя

Формирование электронной среды для экономической деятельности открыло новые возможности для всех сфер, в том числе потребительской деятельности человека. Информационно-коммуникационные технологии ускоряют информационные потоки, содействуют появлению виртуальных социальных сетей, что меняет способы передачи информации и расширяет рамки за счет новой электронной системы коммуникаций. Интернет трактуется как сеть сетей, единая коммуникационная система, являющаяся основой глобального информационного общества. Новая организационная парадигма базируется на сети как основополагающем начале²⁹⁰, причем сеть охватывает все виды отношений: семейные, иерархические, организационные и т.д.

Исследователи отмечают, что в потребительском поле взаимодействий усиливаются тенденции к формированию таких явлений, как сарафанное радио, стадное поведение, информационные каскады, распространяются сетевые экстерналии. *Сарафанное радио* всегда играло важную роль в принятии решений потребителем относительно покупки и является одним из влиятельных информационных ресурсов. Однако его эффективность ограничена рамками социальных контактов и имеет тенденцию снижаться с течением времени и ростом удаленности субъектов друг от друга. С развитием ИКТ и онлайн-электронных социальных сетей информация становится доступной целому сетевому сообществу, причем с высокой скоростью. Онлайн-радио начинает играть все более заметную роль в процессе принятия потребительских решений.

Исследователи обнаружили, что обмен информацией приводит к росту продаж, что способствует более интенсивному обмену информацией, то есть эти процессы усиливают друг

друга²⁹¹. Таким образом, сетевые экстерналии имеют социальный, экономический и коммерческий эффект. Интенсивный рост социальных сетей и мультимедийных сайтов значительно повлияло на поведение потребителей. Если на первоначальном этапе ими пользовалась в основном молодежь, то в современных условиях без них трудно обойтись массовому потребителю. Социальные сети превращаются в глобальное явление, перешагивающее национальные и региональные границы

Информационные технологии способны усиливать стадное поведение. Феномен *стадного поведения* означает, что процесс принятия решения о потребительском выборе индивида находится под существенным влиянием решений других лиц. Причины появления связаны как с информационной асимметрией при принятии решения, так с привлекательностью членства в определенной группе (или обязательность, например, в случае отдельно взятой семьи), наличием в группе авторитарного лидера, к мнению которого принято прислушиваться. Наиболее выраженными формами проявления стадного поведения выступают информационные каскады.

Согласно теории информационных каскадов оптимальное поведение индивида после изучения действий предшественников является копирование чужого поведения без учета информации, имеющейся в их собственном распоряжении²⁹².

Под *информационными каскадами* в работе понимается сложно структурированный направленный поток информации на потребителя, в целях стимулирования продаж. Можно выделить следующие причины появления *информационных каскадов*

- Необходимость решения однотипных задач;
- Объединение усилий и желание упростить процесс принятия решения;
- Имитационное поведение

Информационные каскады возникают тех в случаях, когда в распоряжении потребителя, принимающего решение, отсутствует достоверная информация о реальной ценности продукта (информации может быть недостаточно или напротив слишком много), тогда он пытается её определить, наблюдая за действиями других людей. Механизм информационных каскадов распространяется благодаря сигналам, поступающим из внешней среды. В результате потребительский выбор осуществляется под воздействием решения о покупке других лиц, и превышает влияние той информации, которая находилась в их собственном распоряжении. Таким образом, информационные каскады объясняют явление стадного поведения.

²⁹¹ Wenjing D., Gu D., Whinston A. The dynamics of Online World- of- Mouth and product sale // Journal of Retailing. – 2008. – №2. – pp. 233-242/

²⁹² Bikhchandami S., Hirsleifer D., Welch I. Theory of Fads, Fashion, Custom and Cultural Change as Information Cascades// journal of Political Economy.. - 1992. – 30(05). – pp. 992-1026.

В теории спроса считается, что функция полезности потребителя зависит только от количества или от характеристики блага. Однако теория стадного поведения снимает предпосылки о независимости потребительского выбора. Последствиями взаимозависимостей полезностей является *имитационное поведение*, которое глубоко исследуется в рамках эволюционной теории спроса²⁹³. Отдельные потребители могут имитировать поведение других индивидов, которые уже приняли решение в пользу сокращения неопределенности или получения социального статуса. Конечный результат индивидуального выбора зависит от взаимодействия различных потребителей, При этом положительный эффект имитационного поведения заключается в том, что сокращается время на получение дополнительной информации о продукте и объем обучения, необходимого для приобретения определенных благ²⁹⁴

Интересный анализ межличностных эффектов в потребительском поведении провели М.Гранветтер и Р.Сунг²⁹⁵. Ученые обнаружили, что имитационное поведение приводит к эффектам «повального увлечения» и противоположным им. В первом случае корреляция между покупками индивида и покупками остального сообщества является положительной, Перед приобретением нового блага потребители ждут, чтобы это сделал определенный процент (нижний пороговый уровень, X) других более продвинутых потребителей. После чего начинается резкий рост спроса на данное благо, что отражается сигмоидальной кривой принятия большинства новых благ (рис.3-7)

Скорость распространения на рынке

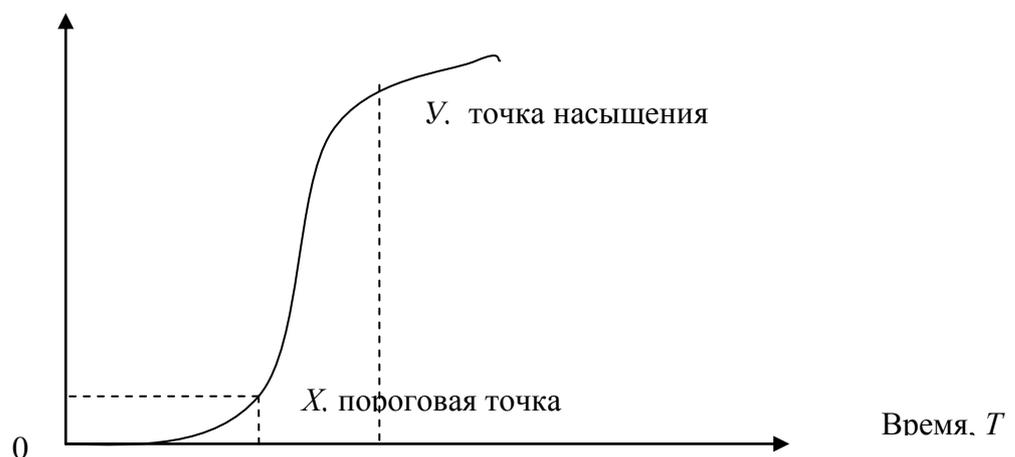


Рис. 3-7. Процесс проникновения нового блага на рынок

²⁹³ Рост потребления и фактор разнообразия.: новейшие исследования западных и российских эволюционистов. Пер с англ. – М. Дело, 2007.

²⁹⁴ Metcalfe J. The diffusion of innovation / Technical change and economic theory. - London, 1988.

²⁹⁵ Granovetter M., Soong R. Threshold models of interpersonal effects in consumer demand// Journal of Economic Behavior and Organization. – 1986. –№ 8 – pp. 83-99

Подобные кривые означают, что когда существует уровень дохода, который дает возможность потреблять данное благо, спрос на него будет вначале расти увеличивающимся темпом до тех пор, пока не достигнет точки насыщения (У). При этом принятие нового блага происходит сначала медленно, затем ускоряется и, в конечном счете, замедляется по мере приближения к насыщению.

Во втором варианте товары и услуги покупаются в основном из-за социального статуса. В связи с этим, когда количество потребителей превышает определенный процент, те, кто стремится к повышению статуса, перестают покупать данный продукт. Результатом этого процесса является сложное поведение, которое не всегда вписывается в рамки классической кривой спроса²⁹⁶.

Исследователи делают следующий вывод, что формирование спроса требует обучения; обучение может происходить посредством различных механизмов, одним из которых является имитационное поведение, которое сокращает степень неопределенности, соединяет функции полезности и выбора различных потребителей и приводит к образованию сигмоидальных кривых распространения новых благ.

Таким образом, имитационное поведение, с одной стороны, позволяет ускорить способ обучения потребительским навыкам, с другой, представляет собой ответную реакцию потребителей на механизм трансляции новых потребительских практик, используемых инноваторами.

По мнению Стрелец И.А., стадное поведение также может быть рациональным и иррациональным. В первом случае, рациональный потребитель принимает решения грамотно, учитывая информацию, полученную от других лиц. Иррациональное поведение проявляется в тех случаях, когда в процессе принятия решения потребитель не учитывает или игнорирует доступную информацию и полностью полагается на действия других лиц.

Помимо информационных каскадов, стадное поведение имеет другие формы проявления: сетевые эффекты, санкции за девиантное поведение, предпочтение конформизма и т.д. В данном случае они работают как сигнальный механизм. Положительные сетевые эффекты и информационные каскады являются комплементарными и могут дополнять друг друга. Когда продукт создает положительные экстерналии, стадное поведение, формирующееся под влиянием информационных каскадов, будет усиливаться сетевыми эффектами, что приведет к росту числа покупателей и увеличению спроса на данный продукт. Для новых товаров и услуг, способных создавать позитивные внешние эффекты, важно проникать на рынок как можно на более ранних стадиях, чтобы извлечь преимущества,

²⁹⁶ Савиотти П. Разнообразие, рост и спрос / Рост потребления и фактор разнообразия. – М. : Дело, 2007. - с.69.

связанные с влиянием информационных каскадов. Таким образом, существует сильная комплементарная связь между информационными каскадами и сетевыми эффектами в плане их воздействия на принятие решений потребителями²⁹⁷.

Информационные каскады особенно проявляются и усиливаются при электронной коммуникации: во-первых, огромный поток информации в сети преобразуется в информационную лавину и обрушивается на пользователя, которому трудно разобраться в её правильности, в итоге стратегия следования за другими может оказаться наиболее и рациональным выбором; во-вторых, цифровые каналы предоставляют информацию о товарах в зависимости от выбора других онлайн-покупателей и ранжируют их в порядке максимальных продаж, что также облегчает выбор потребителя на основе знания предпочтений других людей; в-третьих, если покупатель обладает исчерпывающей информацией о продукте, то в меньшей степени зависит от мнения окружающих, в связи с этим важно направлять поток персонально адресованной информации²⁹⁸. Информационные каскады имеют тенденцию к затуханию. Порция новой информации или более информированные покупатели, принимающие более рациональные решения, способны остановить информационный каскад. Таким образом, информационные технологии заметно модифицируют стандартные поведенческие модели потребительского выбора.

На информационно насыщенном потребительском рынке существует настоятельная потребность в доступных технических решениях информирования потенциальных потребителей с целью упрощения их выбора. Упрощение потребительского выбора в сетевой среде порождают новые способы взаимодействия между индивидами.. Долгин А.Б. выделяет особую форму сотрудничества потребителей - коллаборативную фильтрацию (от англ. *collaboration* – сотрудничество)²⁹⁹. Это новый универсальный метод распознавания необходимой информации о товарах и услугах, который облегчает доступ к знаниям, рассеянным в обществе. Потребители объединяются в сети в определенные группы по интересам по типу клубов. Коллаборативная фильтрация, по определению автора, некая система обмена субъективным опытом, позволяющим без дополнительных усилий отбирать объекты потребления и нужную информацию в соответствии со вкусами и предпочтениями каждого человека. Принцип работы коллаборативной фильтрации довольно простой на основании суждения множества людей о качественных характеристиках вещей образуется клуб единомышленников. Внутри налаживается обмен информацией, рассчитанный на прогноз восприятия товара, который многие не пробовали. Это напоминает принцип сарафанного

²⁹⁷ Стрелец И. А. Инновационная экономика. – М., 2013, - с. 148-149

²⁹⁸ Стрелец И. А. Указ соч.. - с. 150-151

²⁹⁹ Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – с. 9.

радио, только автоматизированный и очищенный от шума. Доверие будущих потребителей к вновь поступающей информации основано на совпадениях в прошлом. Первый, кто приобрел новый товар или услугу, сообщает участникам о его положительных и отрицательных качествах, остальные принимают решения, основываясь на опыте других, не тратя ресурсы на перепроверку информации. Создается своеобразный механизм потребительской экспертизы качества товаров, услуг и фирм, компаний, с которыми можно иметь дело. Этот механизм имеет особую значимость на информационно насыщенных рынках, позволяет оптимизировать связи между потребителями и существенно улучшить их положение. Качество связей зависит от количества клубов, с которым идентифицирует себя потребитель. Отсюда, коллаборативная фильтрация выступает не только механизмом отбора товаров, но и механизмом селекции самих потребителей, в явном или неявном виде связанных с социальной стратификацией общества.

В исследованиях, проведенных американским экономистом И.Чай³⁰⁰, выявлена интересная закономерность: чем ниже доход человека, тем больше он потребляет онлайн-новостей, и наоборот, с ростом дохода, потребление информации онлайн сокращается. Ученые полагают, что причиной этого факта является отношение потребителей к онлайн-новостям как низшему (*inferior goods*) или инфериорному благу. В то время как печатные медиа относятся к нормальным благам и спрос на них возрастает пропорционально росту дохода. Под онлайн-новостями понимается весь контент, предоставляемый традиционными СМИ в Интернете и доступный практически бесплатно. Именно фактор бесплатности позволяет потребителю отнести данное благо к разряду низшего. На этом основании делается вывод, почему потребители не хотят платить за электронную подписку на газеты, журналы как источники информации.

Не маловажную роль в процессе потребительского выбора играет и личность самого потребителя, его психологические особенности. Нанозкономические особенности важны, во-первых, с позиции осмысления, восприятия, оценки и переработки информации для принятия экономических решений, во-вторых, влияния этих процессов на экономическое поведение индивидуальных агентов.

В частности, Клейнер Г. приводит следующие нанозкономические характеристики российских индивидов.

- *Бинарность мышления* и ментальная эволюция. Создает помехи при осмыслении и формулировании цели выбора.

³⁰⁰ Chyi I. The Online news as inferior goods // Journalism & Mass communication Quarterly. -2009. - vol. 86. - Autumn . - №3

- *Бинарность отношений*: устойчивая эндогенная целеустремленность подменяется неустойчивым экзогенным целеполаганием.
- *Личностный* характер отношений. Деформирует систему транзакционной контрактации.
- *Логоцентричность мышления индивида*: «когда слово значит больше, чем мысль». Субъективная интерпретация и оценка информации зависит от формы её предоставления.
- *Иррациональность ожиданий и поведения*. Россиянам свойственны завышенные ожидания, что деформирует поле возможностей и не позволяет правильно оценить их последствия. Рациональное поведение более предсказуемо и распространяется на множество решений, иррациональное носит индивидуальный характер и сложно переносится на поведение других. Преобладание локально иррациональных решений над регулярно рациональными соответствует российскому менталитету.
- *Контрактация и постконтрактное поведение*. Особое отношение к контрактам, регулирующим поведение участников рынка, которые воспринимаются индивидом не как обязательство и не являются руководством к действию. В целом, для россиян типичны низкий уровень контрактной дисциплины и формальное отношение к закону.
- *Особенности торга и несклонность к компромиссу*. Бескомпромиссный способ принятия решений часто проявляется в ситуациях, где имеются противоположные интересы, что требует для их гармонизации вмешательства третьей стороны.
- *Импульсный характер деятельности*. С одной стороны, затрудняет поддержание в течение длительного времени поддержание высокого качества производимой продукции, с другой, выделение этой ментальной особенности отражается на импульсивности покупок, особенно дорогостоящих товаров.
- Преобладание *экзогенных ценностей над эндогенными* в ценностном поле индивида.

Все выделенные характеристики накладывают отпечаток и потребительское поведение и должны учитываться при разработке построении типологической модели индивидуального потребителя. По аналогии с моделью человека в экономике, *модель потребителя* есть унифицированное представление о потребителе в определенной системе социально-экономических координат.

Так, Сараев ВВ.³⁰¹ выделил следующие базовые параметры модели поведения потребителя:

- мотивы поведения;
- степень рациональности выбора;
- самостоятельность потребителя;
- автономность его предпочтений.

Полагаем, что в новой экономике современному потребителю присущи следующие качественные характеристики, принадлежащие индивидуальному агенту, а не домохозяйству.

1) *Интеллектуальность* и обучаемость потребителя проявляется в потребление все более усложняющихся товаров.

2) *Инновационность* и *креативность* потребителя.

3) *Мобильность* потребителя и *способность к сетевому взаимодействию*.

4) *Свобода выбора* и *суверенитет* потребителя, реализующиеся в большем объеме.

Современные автомобили, бытовая техника, персональные компьютеры, как продукция высоких технологий, требуют от потребителя новых знаний, специфических умений и сложных практических навыков. Иными словами потребитель использует товары, услуги, технику, насыщенную информацией, интеллектом и знаниями. Сам процесс потребления становится *высококвалифицированным*. Российские потребители более требовательны, много знают о продукте у них высокий уровень ожиданий. Рост финансовой грамотности делает потребителей более разборчивыми. Увеличение количества и сложности информации выравнивание потребительских свойств товаров и услуг, рост доходов и благосостояния, уменьшают значимость цены по сравнению с издержками на его выбор и поиск, снижают стремление потребителя следовать принципу максимизации

Качественно новыми характеристика современных потребителей являются креативность и инновационность, В экономической психологии³⁰² исследования инновационности как личностной характеристики наиболее интенсивно развивается в трех направлениях.

- в контексте использования информационно-коммуникационных технологий;
- в изучении психологии потребителя товаров и услуг;
- в менеджменте организаций и организационной психологии

В рамках данного диссертационного исследования наибольший интерес представляют первое и второе направления.

³⁰¹ Сараев В.В. Современные тенденции потребления: теоретические аспекты. дис. канд. экон. наук: 08.00.01.СПб, 2007. - с. 4-13

³⁰² Ягловский С.Р. Психология креативности и инноваций. - М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – с. 75; Он же.. Психология инноваций: подходы. Модели, прогнозы. – М.: ГУ-ВШЭ, 2011.

Типологизацию потребителей можно проводить на основе *экономико-прагматического подхода*, который делает основной акцент на социально-экономических, прагматических, технологических и прикладных сторонах креативности. Согласно психоэкономическому направлению креативность выступает в неразрывной связи внутриличностных и ситуативных внешних факторов, обуславливающих максимизацию получаемого экономического эффекта от творческих решений потребителей. Д.Тросби определяет креативность как рационально-иррациональный процесс принятия решений³⁰³. Наиболее известна теория потребления Т.Любарта и Р. Стернберга, где креативность проявляется в желании купить идеи «подешевле» и продать их «подороже». Покупка идеи означает поиск тех решений и предложений, которые пока неизвестны или непопулярны, но обладают большим потенциалом, в некотором смысле можно назвать «венчурное инвестирование» в имидж. Креативность потребителя проявляется как особая форма самовыражения, связанная с тенденцией развития личности и активностью в процессе потребления. В некотором роде она созвучна теории демонстративного потребления. Однако существенная разница проявляется в том, что эффект демонстративного потребления связан с подчеркиванием социального статуса через высокую цену товара, тогда как эффект креативности связан с подчеркиванием статуса через творческий подход, использование вещей необычным способом, в новой комбинации. Креативность реализуется благодаря взаимосвязи следующих когнитивных способностей человека: интеллекта, знаний, стиля мышления, личности, мотивации и среды.

Основными факторами, определяющими креативность потребителя, являются:

- *синтетическая способность* – новый взгляд на товары и услуги, преодоление стереотипов обыденного сознания;
- *аналитическая способность* – умение выделять новые перспективные для разработки идеи;
- *контекстуально-практическая способность* - убеждение других в ценности и перспективности выбранного товара или услуги.

В рамках психоэкономической модели, сконструированной Д.Рабенсоном и М.Ранко, признается важность правильного использования новых идей, продуктов и благ, креативность рассматривается с позиций соотношения инвестиций, риска и получаемой выгоды. Согласно системной модели М.Чиксентмихайи на проявление креативности оказывает существенное влияние уровень экономического развития страны. Инновации и креативность находятся в прямой зависимости друг от друга. Проявляется следующая закономерность: чем выше степень востребованности инноваций, тем более высокий уровень креативности в определенной сфере.

³⁰³ Тросби Д. Экономика креативности / Экономика и культура. Перевод с англ. И.Кушнарева, - М.: ГУ-ВШЭ, 2013. – с. 134-155.

Следовательно, для подъема креативности необходимо активно внедрять инновации, и наоборот. Креативность переходит в пространство потребления. Формируются новые креативные практики потребления, стимулирующие развитие производства.

Ряд междисциплинарных исследований посвящено изучению «потребительской инновационности», связанной с ориентацией человека на потребление новых товаров и услуг. Выделяются два основных вида:

- «глобальная инновационность» или врожденная, которая проявляется в генерализованной установке субъекта на восприятие и принятие новых брендов и товаров;
- специфическая инновационность, проявляющаяся в различных областях жизни и потребительской активности человека³⁰⁴.

Экономический анализ инновационного поведения обращен к индивидуальному опыту субъекта потребления, свободе различных интерпретаций и уникальности каждого человека как создателя новых идей. Ключевым моментом инновационного процесса является выход человека за пределы рационального мышления, отход от традиционных схем и методов обработки информации. Создание новых идей и инноваций основано на импульсах иррационального, интуитивного и творческого в человеке³⁰⁵. Так, М.Уэст считает, что инноватор – это человек с достаточно высоким уровнем как креативности, так и инновационности, который способен не только продуцировать новые оригинальные идеи, но и применять их на практике³⁰⁶. Социальные связи определяются степенью доверия к другим субъектам и институтам, играющим в жизнедеятельности человека ключевую роль. В информационной экономике потребитель благодаря сетям становится создателем и распространителем идей и инноваций.

В современной научной литературе широко представлены теоретические и эмпирические исследования креативности и инновационности, которые можно использовать при ранжировании потребителей. Типология потребителей с учетом инновационности опирается на модель ИХаррисона и Дж. Хорна³⁰⁷, в которой участники инновационного процесса разделяются на:

- *Инноваторов*, активно использующих новые продукты, идеи и технологии;

³⁰⁴ Goldsmith R., Hofacker C. Measuring Consumer Innovativeness // Journal of the Academy of Marketing Science, № 6, 1991. - pp. 209-221

³⁰⁵ Яголковский С.Р. Психология креативности и инноваций. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.- с.61

³⁰⁶ West M.A. Creativity and Innovation in Organizations, Management // international encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2004.

³⁰⁷ Harrison Y., Horne J. The Night of Sleep Loss Impairs Innovative Thinking and Flexible Decision Making // Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol. 78, iss.2, May 1999, pp.128-145.

- *Имитаторов*, придерживающихся модных тенденций, также традиций и мнения большинства;
- *Повторителей*, склонных возвращаться к сделанному выбору несколько раз.

В западной литературе исследуются особенности семейной покупательной инновационности как для каждого члена домохозяйства в отдельности, так и в рамках семейной системы, в частности по линии «муж-жена» (*husband- wife innovativeness*)³⁰⁸

Наиболее известной является *теория диффузий инноваций* Э.Роджерса³⁰⁹. Под инновацией автор понимает объект, идею или действие, воспринимаемые потребителем в качестве новых. Распространение или диффузия инноваций, в его теории³¹⁰, есть процесс, посредством которого новые идеи технологии и предложения распространяются между членами социальной системы (сети) по коммуникативным каналам в течение определенного времени. В контексте изучения диффузии инноваций исследуются структуры социальных сетей, групповые нормы и модели принятия решений внутри них.

Важное значение в процессе распространения инноваций играет фактор времени, который проявляется в следующих формах:

1) Стадия принятия решений относительно инноваций:

- получение потребителем первоначальных знаний об инновации;
- формирование его установки по отношению к ней;
- генерирование решения по принятию или отвержению инновации;
- продуцирование модели её реализации и внедрения;
- подтверждение принятого решения относительно инновации.

2) Темп усвоения инновации - это относительная скорость, с которой она принимается членами социальной сети. Средний темп соответствует числу потребителей, входящих в сеть, усвоивших инновацию в определенный промежуток времени, и в наибольшей степени зависит от следующих характеристик:

- относительное преимущество – уровень предпочтения инновации по сравнению с теми товарами и услугами, которые заменяются, связано с факторами престижа, удобства, удовлетворения и т.д.);
- совместимость - уровень соответствия существующим ценностям, прошлому опыту, а также потребностям потребителя.;

³⁰⁸ Burns D. . Husband- wife innovativeness consumer decision making // Psychology and Marketing. – 1992 - Vol.9.- Mau/June. – pp. 175-189

³⁰⁹ Rogers E.M. Diffusion of Innovations. 4 ed. N.Y.: Free Press, 1995; Rogers E.M. Theory of Innovation // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. 2004. pp.7540-7543.

³¹⁰ Rogers E.M. Diffusion of Innovations. 4 ed. - N.Y. Free Press, 1995.

- сложность - уровень трудности восприятия, усвоения и практического использования инновации;
- оцениваемость – возможность анализа, оценки эффективности и перспективности инновации;
- наблюдаемость – степень доступности результатов для посторонних людей.

Таким образом, инновационность потребителя определяется скоростью принятия и усвоения инновации по сравнению с другими участниками социальной сети.

Покупая новый товар, потребитель поддерживает инновации. Если он не проявляет интерес к новшеству, отказывая новому продукту в спросе, то он не признает и направление инноваций, что чревато серьезными проблемами для бизнеса, вплоть до банкротства³¹¹. Отсюда, возникает гипотеза, что инновационность и креативность потребителя не менее важны, чем инновационность предпринимателя.. Новая экономика с необходимостью требует формирования потребителя инноваций, которым могут стать современные потребители посредством активизации наукоемкого потребления на основе ускоренного развития традиционных отраслей потребительского сектора.

Таким образом, индивидуальные экономические агенты в новой экономике кардинально меняют взаимоотношения на рынках товаров и услуг, труда и капитала. Любая эффективная деятельность непременно зависит от каждого отдельного человека, от его вклада, поведения, отношения к задаче, его стимулов и мотивации, источников информации. Скорость изменений возрастает с применением интеллектуального программного обеспечения и развитием информационных каналов, что требует от индивида на любых уровнях экономического анализа проактивной реакции на изменение возможностей, а также выработки стратегических решений с применением тех инструментов, которые имеются именно на наноуровне.

Таким образом, по результатам исследования проблем третьей главы можно сделать следующие выводы:

1. В условиях становления информационной экономики происходит модификация потребительского поведения, которая характеризуется: 1) активизацией роли потребителей и их основных характеристик (демографические сдвиги, образовательные компетенции); 2) усложнением механизма принятия решений в связи с информационной асимметрией; 3) усилением влияния информационных каскадов на потребительское поведение.
2. Изменения в демографии потребления приводит к большей потребительской неоднородности с точки зрения увеличения числа сложных потребителей, а также более высокие ожидания относительно товаров и услуг. В результате исследования

³¹¹ Рудакова И.Е. Никифоров А.А. Макроэкономическая теория. – с. 71-72

социально-демографических характеристик современных потребителей модно выделить следующие важные тенденции:

- Увеличивается неоднородность потребителей, усиливается сегментация потребительского рынка: 1) активными участниками становятся дети и молодежь, 2) увеличивается доля пожилых людей,
 - Модели экономического поведения потребителей, их психология и поступки детерминированы возрастом, что отражается и на изменения структуры потребления. Разработана типология потребительского поведения с использованием теории поколений. Установлено, что под влиянием демографических сдвигов меняется *психология потребления*.
 - Несмотря на высокий уровень образования, только небольшая часть потребителей имеет навыки, необходимые для решения многих стандартных договоров с потребителями.
3. В условиях новых технологий избыток информации о товарах и услугах создает для потребителя, реализующего свой выбор на рынке, двойственную ситуацию. С одной стороны, расширяется доступ к огромному массиву информации, что повышает степень вероятности получения наиболее значимой и актуальной информации. С другой стороны, затрудняет процесс поиска и выбора полезной информации из большого информационного потока. В результате возникает феномен *информатизации потребления*, под которым в работе понимается опосредование потребления благ информационной деятельностью.
 4. Традиционная экономическая модель и поведенческая экономика по-разному трактуют механизм потребительского выбора в зависимости от 1) асимметрии информации и изменения конъюнктурных издержек; 2) влияния субъективных факторов на принятие потребительских решений; 3) изменение критериев рациональности
 5. Под *информационными каскадами* в работе понимается сложно структурированный направленный поток информации на потребителя, в целях стимулирования продаж. Их появление обусловлено следующими причинами: необходимостью решения однотипных задач: желанием упростить процесс принятия решения; имитационным поведением потребителя.
 6. Выдвинута гипотеза, что инновационность и креативность потребителя не менее важны, чем инновационность предпринимателя. Обоснована необходимость формирования потребителя инноваций, которым могут стать современные потребители посредством активизации наукоемкого потребления на основе ускоренного развития традиционных отраслей потребительского сектора.

ГЛАВА IV. ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА РЫНКЕ БЛАГ

4.1. Расширение потребительского выбора на рынке благ

Уровень социально-экономического развития страны определяется уровнем и качеством жизни её населения, что во многом зависит от производства качественных товаров и услуг, востребованных потребителем. В информационном обществе за последние двадцать лет произошли радикальные преобразования на потребительских рынках, возникает ряд новых социально-экономических явлений, придающих потреблению новое значение. Отчетливо проявляются разнонаправленные тенденции: с одной стороны, стандартизация, рационализация, интернационализация потребления, которое становится глобальным, поскольку имеет схожие черты во всех странах мира; с другой – демассовизация и индивидуализация потребления.

На рационализацию производства потребительских и социальных благ существенное влияние оказали принципы фордизма (конвейерного производства), обосновывающие концепцию агрегированного рынка, ориентированного на унификацию потребления. Рационализация основана на стандартизации: одинаковый набор, одинаковые цены, одинаковое качество. Появляется целое направление «макдонализация», подробно исследованное в работах Дж.Ритцера³¹². Макдонализированные системы основаны на принципах; высокая скорость обслуживания, большая пропускная способность, низкие цены. По этому принципу развиваются многие сегменты потребительского сектора рынка: рестораны быстрого питания (фаст-фуд), торговые центры (моллы), автозаправочные станции, отели, строительство многоэтажных домов и другое

Выделяют четыре основные составляющие рациональной системы: эффективность, калькулируемость, предсказуемость, контроль.

1) Эффективность связана с сокращением времени и усилий, затрачиваемых на удовлетворение потребностей, посредством упрощения и стандартизации товаров и процедур оказания услуг. Это оптимальный способ продвижения от одного состояния к другому. Например, для потребителей «Макдональдса» - это лучший путь от голода к сытости³¹³. В современном обществе эффективное и быстрое удовлетворение потребности имеет позитивный эффект.

³¹² *Ritzer G.* The McDonaldization of Society. Thousand Oaks, CA: Pine Forge, 1996; *Ritzer G.* Exploration in the Sociologu of Consumption. L.: Sage, 2001.

³¹³ *Рощина Я.М.* Социология потребления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – с. 289.

2) Калькулируемость ориентирована на количественные параметры предлагаемых товаров и услуг (размер, цена, скорость обслуживания), что позволяет просчитать и сэкономить затраты денег, времени, сил. Как отмечает Рощина Я., в макдонализированных системах количество начинает приравниваться к качеству: что предлагается в большем количестве (Двойной, Тройной и т.л.), означает для потребителя хорошее качество³¹⁴.

3) Предсказуемость предполагает создание стандартных образцов продукции, однотипных схем обслуживания и поведения персонала, чтобы потребители не искали альтернатив.

4) Контроль посредством использования материальных технологий: за поведением работников и потребителей с помощью многочисленных указателей и объявлений, барьеров для упорядочивания очередей, ограниченное меню, лимитирующее выбор, минимальная возможность заказа. Технологический контроль над процессами производства и сбыта обеспечивает потребителям постоянство и стандартизацию приобретаемых товаров и услуг.

В современных условиях принципы макдонализации распространяются на многие сферы жизни: упрощение, схематизация образов, ограничение набора альтернатив, ускорение процесса принятия решений за счет стандартизации процедур особенно свойственны потребительскому рынку. По мнению Ритцера Дж. появляется обобщающая категория «новые средства потребления», под которыми понимается широкий спектр форм концентрированного и комплексного предложения товаров и услуг, превращающих их приобретение и использование в особый род занятий, в важную составляющую образа жизни³¹⁵. К числу новых средств потребления относятся сити-моллы, супермаркеты, круизные лайнеры, отели-казино и т.п.

Макдонализация, как экономическое явление, представляет собой перенос принципов рационализации производства на процессы потребления. Для потребителей макдонализации, является неоднородным процессом, несет как позитивные, так и негативные эффекты (табл. 4-1), которые отражены в ряде исследований³¹⁶.

Доминирующим преимуществом макдонализации является экономия времени, так необходимого современному потребителю. Многие компании стараются экономить время за счет самостоятельной и часто бесплатной доставки своей продукции до местонахождения клиента.

³¹⁴ Рощина Я.М. Социология потребления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – с. 289

³¹⁵ Ritzer G. The McDonalidization . Thesis. - London, 1998.

³¹⁶ Иванов Д.В. Феномен потребления: критический подход / Социология потребления. СПб, 2009. – с. 11-24; Рощина Я.М. Социология потребления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – с. 291-293.

Преимущества и недостатки макдонализации для потребителей

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> • Доступность товаров и услуг • Повсеместность и отсутствие временных ограничений • Быстрота и удобство обслуживания • Унификация качества продукции • Альтернативность дорогим, индивидуализированным товарам и услугам • Стабильность и обеспечение комфорта • Сравнение цен конкурирующих товаров • Безопасность продукции • Отсутствие дискриминации потребителей • Скорость распространения инноваций по сетевым предприятиям • Легкость проникновения новинок 	<ul style="list-style-type: none"> • Неэффективность • Завышенные цены • Иллюзия развлечений • Иллюзия реальности • Ложное дружелюбие • Дегуманизация условий труда и потребления • Отрицательное влияние на здоровье • Негативное влияние на окружающую среду • Обезличенность продавцов и покупателей • Гомогенизация продуктов общества

Борьба за потребителя на рынке приводит к расширению зон влияния макдонализированных систем, проникновению их по всему миру. Развитие массового производства и возникновение крупных корпораций создают возможности для общего стиля жизни, массового потребления однотипных стандартизированных товаров и услуг, создавая иллюзию кажущего разнообразия. Эти процессы находят свое выражение в относительно новом явлении - интернационализация социально-экономической жизни и потребления, характерных для современных процессов глобализации. Под *интернализацией потребления* следует понимать универсальные повсеместные процессы унификации потребительских предпочтений, приемов и типов потребления, стереотипов восприятия свойств товаров, образа жизни и моделей потребительского поведения под влиянием распространения новых технологий. В известной степени этот процесс носит объективный характер и реализуется эволюционно вместе с развитием общества.

Глобализация различных рынков и форм хозяйствования приводит к формированию глобального потребительского спроса. Рыбалкина О.А. предлагает рассматривать глобальный потребительский спрос в трех аспектах³¹⁷: 1) агрегированный спрос на товары и услуги в масштабах глобальной экономики; 2) персонифицированный спрос особой группы потребителей-глобалистов из разных стран; имеющих схожие потребности и общие интересы, совершающих покупки посредством глобальной сети; 3) потребительский спрос, предъявляемый на глобальные бренды

³¹⁷ Рыбалкина О.А. Развитие потребительского спроса в условиях постиндустриальной экономики: автореферат канд. экон. наук. – Самара. 2011. – с. 16-17.

Система глобальной информации влияет на формирование во многом идентичных потребностей и интересов у жителей большинства стран, что способствует возникновению глобальных продуктов, их стандартизации и унификации.

Стандартизация связана с производством и реализацией однородных гомогенных товаров и услуг, предложение которых на рынке всегда обеспечивается в больших количествах. Тиражирование стандартной продукции в нужном для потребителя объеме – основной процесс, обеспечивающий существования общества и человека. В информационной экономике тиражирование, репликация товаров без затрат дефицитных ресурсов на базе компьютерных технологий. Основные проблемы, по мнению Г.Б.Клейнера, будут связаны с созданием и разработкой новых нестандартных товаров, удовлетворяющих индивидуальный спрос конкретных индивидов. Проблема создания новых товаров займет ведущее место в ряду экономических проблем, экономика of scale уступит место экономике of scope³¹⁸. Отчетливо проявляется тенденция, выделенная Э.Тоффлером – демассификация производства потребительских товаров. Экономика из репликационной становится инновационной, следовательно, индивидуализированной³¹⁹.

Особенностью российского производства является низкое качество массовой продукции. Тиражирование с высоким качеством и сейчас для отечественной экономики проблема. Импульсивный характер труда отечественного товаропроизводителя не позволяет поддерживать качество продукции в течение длительного времени. Однако, по мнению отечественных ученых, именно в производстве индивидуализированной продукции Россия может занять свое достойное место.

Тенденции рационализации, стандартизации, интернационализация потребления вызваны последствиями маркетингового сдвига, когда ценности продвижения продукции стали доминировать над ценностями производства. В 60-е годы прошлого столетия бизнес повернулся «лицом к потребителю». Основные усилия были направлены развитие маркетинга и рекламы, задачи которых сводились к убеждению потребителя покупать то, что произведено. Затем появились тенденции к повышению адаптивности самого производства, создавать только те продукты, которые могут быть результативно проданы на рынке, что дало толчок индивидуализации потребительского спроса.

Активное развитие информационных технологий подготовило технологическую среду для увеличения объемов производства и расширения возможностей индивидуализации потребительского спроса. В противовес рационализации и стандартизации потребления появляется новая тенденция: всестороннее воплощение в продукте требований конкретного

³¹⁸ Mensch G. On theory Integration: Toward Economics of Scope. - 1985

³¹⁹ Макаров В.Л., Клейнер .Г.Б.. Микроэкономика знаний – с. 36-37

потребителя – кастомизация³²⁰. Впервые отмеченную тенденцию выделил Дж.Пайн³²¹ как новый виток конкурентной борьбы за потребителя, Под *кастомизацией* понимается переосмысление ценностей массового производства и переход к изготовлению товаров и услуг мелкими партиями разнообразного ассортимента продукции, предназначенных для различных целевых групп потребителей и сегментов рынка³²². В основу положены принципы тойотизма, которые меняют структурные связи между производством и потреблением, формируется обратный поток информации от потребителей к производителям. Массовое производство привело к резкому снижению цен, но при этом снизилось качество товаров и услуг, поскольку предполагалось, что производители могли эффективно выпускать. Современные возможности производства и высокий уровень конкуренции на рынке заставляет предприятия и организации учитывать интересы конкретных потребителей, подстраиваться под их индивидуальный спрос, выбирать свою целевую аудиторию.

Кастомизация основана на *модульном подходе* к производству и продвижению товаров и услуг, точно соответствующих запросам конкретных, а не абстрактных потребителей и покупателей.

Выделяют следующие подходы к массовой кастомизации:

- *Коллаборативная кастомизация* – основана на непосредственном сотрудничестве производителя и потребителя, работа ведется в непосредственном контакте с клиентом, используется специальное программное обеспечение дизайнерских разработок,
- *Адаптивная кастомизация* - обратный подход, когда выпускается один товар для всех, при этом покупатель может самостоятельно адаптировать его к своим потребностям, видоизменять конструкцию и размер изделия по своему усмотрению;
- *Косметическая кастомизация* - выпускается стандартный товар, но кастомизируется представление этого продукта в восприятии потребителя, осуществляется подгонка под индивидуальные требования клиента;
- *Прозрачная кастомизация* – обратный процесс, когда товар изменяется по конкретного потребителя, но стандартизируется представление о нем как об обычном продукте. В этом случае важно выявление потребительских предпочтений и исследование образа их жизни, чтобы предугадать будущие потребности и желания.

³²⁰ Кастомизация (англ. customization) – происходит от английского слова потребитель.

³²¹ Пайн Дж. Кастомизация – новый виток конкуренции // http://e-executive.ru/publications/aspects/article_360

³²² Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе. – М.: Экономика, 2008. - с. 18.

Как отмечают А.Татаркин и Т.Буркова, во всех случаях независимо от выбранного подхода необходимым является дизайнерская методика, позволяющая привести в соответствие потребности клиента и возможности фирмы, даже если покупатель не знает в точности, что ему необходимо³²³.

Авторы выделяют другую важную область реализации кастомизации – получение информации о предпочтениях конкретного потребителя и формирование знаний о нем для фиксации в базе данных. Сотрудничество с такими потребителями дает возможность не только получить информацию, но и наоборот воздействовать с помощью накопленных о них знаний. Со временем подобная связь будет расширяться и углубляться, что позволит потребителям постоянно возвращаться в данную компанию, у которой накоплено достаточно знаний о них, чтобы обеспечить необходимым уровнем сервиса.

По мере усиления кастомизации проявляются её новые формы, одной из которых является тейлоризация – процесс более тесного взаимодействия с потребителями, их активное участие в процессе проектирования и создания продукции и услуг. Понятие тейлоризация (от *англ. tailor* – портной)) означает производство продукции на заказ для конкретного клиента. Как у портного, такая продукция базируется на лекалах, созданных на основе замеров параметров индивидуального заказчика. Эта модель продукции является уникальной, не подлежит вторичному использованию, не может быть использована в дальнейшем как технологическая модель для производства нескольких образцов. В информационной экономике общественное производство во все большей степени тейлоризируется, основная масса продукции становится *tailor – made*, т.е. сделанной на заказ, приспособленной для определенной цели. По мнению Забродина М., тейлоризация производства напрямую связана с общесоциальными тенденциями в развитии общества, где подчеркивается ценность уникального образа каждого конкретного потребителя, обозначается стремление к созданию личного имиджа, стиля³²⁴. Тейлоризация наиболее полно проявляется в моде, которая становится более фрагментарной, локальной, кастомизированной. Если раньше мода касалась только потребительских товаров, то теперь управляет жизненным циклом практически любого товара или услуги. Под влиянием моды глобальные тренды сильно сегментируются, чтобы потребитель мог выбрать продукцию, максимально соответствующую именно его пристрастиям и предпочтениям.

Другими формами проявления кастомизации выступают тюнинг (от *англ. tuning* - настройка, доводка, регулировка) и моддинг (от *англ. modding* - модификация, стилизация).

³²³ Татаркин А.И., Буркова Т.В. Наукоемкое потребление в новой парадигме социально-экономического развития // Вестник ЮУзГУ. Серия 2«Экономика и менеджмент». Вып. 8.- 2008.- № 30. - С.70-71.

³²⁴ Забродин М. Указ. соч - с. 19.

Первая модель кастомизации активно проникает на автомобильный рынок, где на первый взгляд доминирует массовое конвейерное производство, выпускаются серийные машины в базовой комплектации. Однако в таком виде автомобили фактически не продаются, они, как правило, комплектуются дополнительным оборудованием, чтобы удовлетворить потребности конкретного покупателя, т.е. доводятся под заказ каждого клиента. Отношение количества тюнинг-автомобилей к их общему числу составляет три к пяти, причем стандартные модели так или иначе требуют дополнительных опций по желанию заказчика. Модель моддинга охватывает компьютерный и телекоммуникационный рынок. С помощью данной технологии можно изменять все параметры базовой модели компьютера или смартфона: расширять память, увеличивать материнскую плату, снабжать дополнительным программным обеспечением, менять дизайн корпуса, систему навигации и т.д.

Проявление кастомизации в модели тюнинга, моддинга и тейлоризации имеет некоторые отличия. *Тюнингизация* означает создание уникальной продукции на базе стандартизированного базового элемента, тогда как *тейлоризация* подразумевает изготовление уникальной продукции от нулевого цикла конструирования до её воплощения в готовом виде.

Новым направлением развития автопрома является создание уникальных, заказных моделей для конкретного покупателя на уже имеющихся производственных линиях. Создание заказного автомобиля предполагает разработку технического проекта уникального характера, внесение изменений в технологию сборки и комплектации, другие нововведения. Производством на заказ занимаются как небольшие фирмы, специализирующиеся на мелкосерийном производстве Lamborghini или Rolls Roys, так и автомобильные гиганты Mercedes BMW, Audi. Покупателями становятся довольно состоятельные потребители, стремящиеся подчеркнуть свою индивидуальность. Следовательно, степень кастомизации различается в зависимости от потребностей покупателя и его денежных возможностей. Более глубокая кастомизация предполагает существенное увеличение цены товара.

Таким образом, все больше продукции производится для конкретного потребителя. Кастомизация становится всеобщим явлением, активно охватывает производство продукции массового и повседневного спроса. В международной торговле даже выделяется особая группа товаров FMCC (*Fast Moving Consumer Goods*) - «быстродвижущиеся потребительские товары». Тотальная кастомизация означает ослабевание массового спроса, его переход к высоко структурированной форме существования, когда массовый покупатель реагирует на кастомизированный товар или услугу³²⁵.

³²⁵ Забродин М. Указ соч. – с. 21.

Индивидуализация спроса и потребления, стимулируемая развитием информационной экономики выводит сферу оригинальных идей и разработок на первый план у товаропроизводителей. По мнению Макарова В.Л., Клейнера Б.Г.³²⁶ это создает шанс для России занять достойное место в международном разделении труда. Развитие когнитивной инфраструктуры, рост интеллектоемкости товаров ведет к перемещению производства знаний из центра мировой экономики на периферию. Происходит разделение товаров на идеи и вещи, что учитывается в новых моделях экономического роста³²⁷

Повышается роль сетей как устойчивых кооперационных сообществ, в том числе потребителей. Вертикальной и горизонтальной сетевизация, глубокое проникновение в структуру потребностей индивида приведет к учету взаимосвязей потребностей, относящихся к разным сферам обслуживания и производства. Отсюда процесс комплексности обслуживания потребителей, ограниченный потребностями субъекта в сохранении определенного уровня разнообразия внешней среды. Индивидуализация спроса потребителей сопровождается индивидуализацией знаний, резко возрастает полезность нетранспортабельного (некодифицируемого) знания. На рынке труда переход к рынку динамических способностей, где объектом трансакций становится способность человека или группы генерировать новое знание.

Индивидуализация трансакций влечет за собой персонализацию цены. Цена становится не массовой, а исключительно локальной категорией (сфера качественных сущностей). Универсальная цена вещей снижается, под влиянием сокращения издержек, одновременно растет цена индивидуальная, ситуационная, преломленная через восприятие людей. По выражению Долгина А.Б., в современных условиях изготовить товар дешевле, чем продать³²⁸. Поэтому торговую наценку (дельту) определяют издержки, связанные с продвижением товаров до конечного потребителя, существенная часть затрат носит информационных характер. Торговля получает свою долю дохода за создание информации о спросе потребителей.

В условиях кризиса многие компании столкнулись с трудностями в достижении роста и доходности, среди многочисленных причин: падение доверия потребителей, отток покупателей, и как следствие падение рентабельности. Фирмы, учитывающие эти тенденции, активно разрабатывают клиентоориентированные модели бизнеса.

³²⁶ Микроэкономика знаний. С. 19.

³²⁷ *Romen P. Modern economic growth // American Economic Review. - 1996. - 2 May.*

³²⁸ *Долгин А.Б. Манифест новой экономике. – М., 2010. – с. 10*

Клиентоориентированность – это ведение бизнеса на основе доверия и честности с использованием знаний о клиентах для удовлетворения их потребностей и формированием устойчивых, взаимовыгодных и долгосрочных отношений³²⁹

Данная концепция исходит из принципа, что фирмы могут получить преимущества над конкурентами только сконцентрировав внимание на клиентах. В связи с этим компании должны: во-первых, способствовать развитию диалога, построенного на понимании индивидуальных потребностей каждого клиента, принимать на себя четкие обязательства, отказавшись от стандартизированных обращений через массовые рекламные кампании и СМИ; во-вторых, инициативы по организации продаж должны быть в высшей степени целенаправленными и проактивными, основываться на глубоком понимании потребностей клиентов и структуре связанных с ними рисков; в-третьих, структура ценообразования должна быть справедливой, понятной и прозрачной для клиента; в-четвертых, фирмы должны активно использовать знания о покупателях, чтобы точно определить их потребности, соответствовать их ожиданиям, и превышать их по скорости и уровню обслуживания.

В целом многие фирмы пытаются на практике применить клиентоориентированный подход, используя для этого различные модели (рис. 4-1)



Рис. 4-1. Клиентоориентированные модели бизнеса

³²⁹ Гардинер Н., Ермилов М. Ульчаар С. Клиентоориентированность в бизнесе // BCG Review . – 2012 - Февраль. - С. 31

Розничная модель концентрируется на удобстве обслуживания и удовольствии от взаимодействия «фирма-клиент». Основной акцент делается на эмоциональные плюсы от выбранной компании, индивидуальный подход к клиентам и дружественные отношения. Фирмы стремятся подчеркнуть тесную связь с местным сообществом и способность помочь клиентам найти нужные им товары и услуги. Для успешной реализации данной модели необходимы сильное корпоративное управление и постоянный мониторинг удовлетворенности потребителей.

Опекающая модель фокусируется на долгосрочных потребностях и желаниях клиентов. Для работы с потребителями используют наработанный имидж, предлагают проверенные и качественные товары и услуги, нацелены на долгосрочное партнерство и лояльность клиентов. Эффективность модели зависит от надежности IT-поддержки и системы сбора данных, обеспечивающих полную информацию о каждом клиенте.

Удобная модель концентрируется на доступности, простоте и скорости предоставления товаров и услуг. Каналы продаж позволяют клиентам следовать естественному для них потребительскому выбору. Продукты таких фирм понятны для покупателя, их легко выбирать и использовать. Плюсы заключаются в быстром, эффективном и безошибочном обслуживании. Для успешной реализации используют компьютерные базы данных, осуществляют комплексный и непрерывный анализ клиентских запросов.

Конечная цель применения клиентоориентированных моделей - превратить простую удовлетворенность потребителей в лояльность, побудить их активно покупать свой товар и рекламировать его среди друзей и знакомых. Особенности отечественного рынка характеризуются тем, что целый ряд факторов: замедление темпов роста, снижение рентабельности, обострение конкуренции и возрастающая требовательность потребителей, способствуют повышению значимости клиентоориентированности для российского бизнеса.

Распространение кастомизации подразумевает всемерное насыщение рынка товаров и услуг, а также активное использование информации и интеллекта в процессах их создания и продвижения до конечных потребителей. Чтобы создать продукцию под конкретного покупателя или освоить новый сегмент рынка, необходимо поддерживать постоянный и открытый информационный контакт с потребителями, стараться понять их реальные потребности и мотивы, продумать решения и воплотить их в продукции, обладающей дополнительной потребительской ценностью. В современных условиях на первый план выходят конкретные проблемы потребителей, решение которых возможно только на основе комплексного использования целой совокупности товаров и услуг, на основе переосмысления традиционных границ товарного пространства и на творческой попытке создания новых систем и решений под конкретного заказчика. Отсюда, существенно возрастает роль

кастомизации в формировании конкурентных преимуществ производителей и инновационном поведении потребителей.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать некоторые выводы:

Рационализация производства и кастомизация товарного пространства приводят к расширению потребительского выбора на рынке с различных сторон:

во-первых, макдонализация, рационализация, унификация продукции и услуг приводят к стандартизации потребления, позволяют экономить временные и денежные ресурсы покупателей, в итоге способствуют ускорению и интенсификации процессов потребления. Глобальное распространение этих механизмов по всему миру способствует интернационализации потребления и формированию глобального потребительского спроса.

во-вторых, кастомизация и формы её проявления тейлоризация и тюнингизация напротив приводят к демассовизации потребления на основе расширения потребительского выбора путем глубокой сегментации потребителей, что позволяет наиболее полно удовлетворить разнообразные полиморфные потребности покупателей. Эти процессы проявляется в нарастающей тенденции индивидуализации потребительского спроса

4.2. Диверсификация потребительского спроса

В информационной экономике трансформируются объекты и предметы потребления. Сменяется доминирующий тип продукта, востребованного потребителем. Анализу эволюции форм предложения на рынке. посвящено исследование двух авторов Дж.Пайна и Дж.Гилмора, которые выделили основные типы доминантного продукта: сырье, товары, услуги, эмоции³³⁰ (табл. 4-2).

Таблица 4-2

Эволюция доминантных форм продукции на рынке

Показатели продукции	Сырье	Товары	Услуги	Эмоции
Способ возникновения	Добывается	Производятся	Предоставляются	Создаются как творческий акт
Сущность блага	Материальные	Осязаемые	Неосязаемые	Ощущения, затрагивающие память, эмоции, интеллект, мышление
Ключевая характеристика	Обезличены	Стандартизированы	Дифференцированы	Персонализированы
Продавец	Оптовый продавец	Производитель	Поставщик	Постановщик, создатель среды
Тип экономики	Сырьевая экономика	Экономика товаров	Экономика услуг	Экономика впечатлений

³³⁰ Pine J, Gilmor J. The Experience Economy. - Boston: HBSP, 1999. – p.6

В развитии экономики прослеживается эволюционный переход: промышленная экономика товаров —> экономика услуг —> экономика впечатлений —> экономика трансформаций. Суть сводится в следующей цепочке: сырье равноценно, товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления *незабываемы*.

По мнению авторов, на современном этапе формируется «экономика впечатлений»³³¹, которая начинает вытеснять экономику услуг. Впечатление - это вид экономического предложения, неравнозначный услуге. Информация сама по себе не может стать основой для новой экономики, только информация в форме информационных услуг, информационных товаров, или информационных впечатлений, где появляется качественно новая потребительская ценность. Покупатели впечатлений ценят непосредственное участие в действии, которое организуется той или иной компанией. Сначала потребители экономят на товарах, чтобы купить больше услуг, затем экономят время и средства на услугах, чтобы приобрести более ценные для них впечатления³³².

Следовательно, новой экономике нужны новые модели бизнеса для производства инновационной продукции. Стратегии фирм должны быть нацелены на всевозможные улучшения, реорганизацию штатов и сокращение издержек.. В основе концепция временной конкуренции и индивидуального пути развития на рынке используются следующие средства:

- информационные и цифровые технологии;
- стремление к массовой персонализации и самоорганизации;
- инструкторы нестандартного мышления;
- креативное образование;
- инновационные решения.

Если общество стремится к благосостоянию, то должно использовать впечатление, чтобы повысить потребительскую ценность своих предложений, одних товаров и услуг для этого недостаточно.

Переход от экономики предложения к экономике спроса усиливает конкуренцию на рынке за доходы потребителя по трем направлениям:

- усиление конкуренции между товарами одной товарной группы за счет расширения ассортимента;
- между товарами разных групп продовольственными и непродовольственными: за счет ускорения морального износа последних;
- между разнообразными товарами и не менее разнообразными услугами.

³³¹ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. – 2005 www.lib.rus.ec/b/95960/read#59

³³² Там же

Улучшения в качестве товаров отражает повышение полезности для потребителя, однако не учитывается в расчетах ВВП. В ряде стран используется экономический подход с неявной ценой, позволяющий оценивать такие товары в качестве неких благ, обеспечивающих набор характеристик (скорость, мощность, объем памяти и т.д.), который называется гедоническое ценообразование. Применяется для определения изменений цен на сложные и быстро совершенствующиеся блага, например, смартфоны, планшеты, автомобили. Так качество новых компьютеров, по оценкам Министерства торговли США, повышалось на 15% в год, что оказывало в 1,15 раз больше услуг ежегодно. При этом постепенно снижается их цена, примерно на 10% в год. В совокупности снижение цены с учетом качества составляет приблизительно 25% каждый год .т.е. одна денежная единица, потраченная на такой товар сегодня, покупает в 108 раз больше компьютерных услуг, чем двадцать лет назад.

В информационной экономике сокращается *жизненный цикл товара*, что повышает *интенсивность* потребления. Потребители заменяют в потребительской корзине товар новым до момента утраты физического износа потребительских свойств.

Появляется новый тип потребления, которое становится своего рода *коллекционированием*. Каждая вещь, не функциональна сама по себе, имеет ценность только в ансамбле. Коллекционирование – есть перманентно незавершенный процесс, обусловленный законом ненасыщения. Люди в обществе изобилия окружены объектами потребления³³³. Товар воспринимается как *дар* покупка части от целого³³⁴. Предметы организуются в наборы, коллекции, ансамбли, где все товары взаимосвязаны. Изменилось отношение потребителя к предмету потребления, ориентируется не на пользу, а рассматривает как ансамбль предметов в их целостном значении. Фирменный знак навязывает неразрывное, групповое видение предметов как неразделимого целого. Ценность одной единицы мала, но прирост её ценности для всей коллекции не соизмеримо больше. В данном случае цена и стоимость не совпадают, что в новой экономике считается нормой.

Усиливается *брендизм* как устойчивая тенденция создания образов товаров, производителей, людей, событий. Как отмечает Н.Кляйн, существует фундаментальное различие между *продуктом и брендом*. Продукт – нечто изготовленное на заводе, бренд - то, что покупают потребители³³⁵. Супербренды нуждаются в пространстве, множестве поверхностей, на которых наштампованы рекламные логотипы. Заводы и фабрики переводят в дешевые страны, переходят на подрядный способ производства, размещают заказы за границей, максимально сокращая производство на своей территории.. Рост расходов на

³³³ Goldsmith R., Hofacker C. Measuring Consumer Innovativeness // Journal of the Academy of Marketing Science - 1991. - № 6 - pp. 209-221

³³⁴ Бодрийяр Ж.. Указ соч. - с. 8

³³⁵ Кляйн Н. NO LOGO. – с. 256.

маркетинг, корпоративные слияния и расширение брендов сопровождаются сокращением инвестиций в средства производства и сокращением штатов, уменьшение доли з/пл в производственных расходах по сравнению с 70-80гг. Происходит обесценивание реального производственного процесса и товаропроизводителей. Брендинг становится основным ресурсом для увеличения добавленной стоимости. Бренд создает стоимость продукта, а не наоборот³³⁶. По мнению Ф.Найта: «В производстве товаров добавленная стоимость уже не создается. Её источник заключается в тщательных исследованиях рынка, в инновациях и маркетинге». Реклама и спонсорство замешаны на использование образного ряда для создания ассоциативной связи товаров с позитивными культурными и социальными событиями. Спонсорство девальвирует само мероприятие, когда коммерческое внедряется в культурное, тогда целостность общественной сферы ослабляется. Происходит перманентная интеграция рекламных посланий в процессы повседневной жизни.

В новой экономике повсеместно, благодаря технологиям, предложение превышает спрос, который постоянно необходимо стимулировать. Создаются предпосылки для манипулирования идеями и постулатами в общественном сознании, происходит целенаправленное воздействие на массового потребителя информационной продукции, с использованием разнообразных технических средств информационных метатехнологий.

В теории появляется новое направление *Public relations* (PR), основателем которой выступил Э.Бернейнс. Главным инструментом считается реклама и пиар-компании, нацеленные на «производство потребителей».³³⁷ В практическом руководстве по реализации утверждается: естественные потребности человека ограничены, тогда как его желания по своей природе безграничны. Отсюда, необходимо исследовать и воздействовать на бессознательные инстинкты и иррациональные мотивы, фантазии и неосознанные желания человека. Реклама должна апеллировать не к практическому разуму покупателей, содержать послание, наделяющее простые предметы потребления символическим смыслом. Нужно обращаться к человеческим эмоциям, создавать культуру потребления и типичного потребителя, который находит в потреблении средство самовыражения и самоидентификации. Главная цель рекламы - путем распространения символических, социальных и эстетических норм – продавать выдаваемые за произведения искусства товары, причем предлагаемые нормы должны быть текучи и недолговечны, чтобы иметь возможность быстро заменять их новыми. Р.Курц отмечает, что современная реклама посредством новых технологий не просто побуждает к покупке определенного товара, а

³³⁶ Там же. Гл. 7.

³³⁷ Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. / Пер. с фран. М.Сокольской. – М.: ГУ ВШЭ, 2010. – с. 68..

занимается *моделированием сознания* потребителя³³⁸.. Отсюда, разработка собственных отечественных брендов российских фирм может стать эффективной конкурентной стратегией в борьбе за потребителя на как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В связи с этими преобразованиями на потребительских рынке можно выделить ряд ключевых трендов потребительского спроса в новых условиях.

Одной из наиболее значимых тенденций трансформации потребления в информационной экономике является *интеллектуализация* экономической деятельности, в том числе потребительской. Наиболее важный аспект состоит в повышении интеллектуальной и информационной насыщенности товаров и услуг, процессов их продвижения и купли-продажи.

В современной экономике большинство продуктов переходят в разряд «умных вещей», т.е. содержат в себе большое количество знаний, сложную интеллектуальную технику, позволяющую усложнять и расширять функциональные возможности товаров. Причем интеллектуальная, «мягкая» (*soft*) составляющая продукта как по стоимости, так и по потребительской полезности превышает «жесткую» (*hard*) часть³³⁹. Это относится не только к технически сложным или цифровым товарам и услугам, а охватывает многие другие более традиционные сектора рынка. Появляются высокотехнологичная мебель, умная одежда, молекулярная косметика и т.д., которые способны самостоятельно принимать нужную форму, эргономически трансформироваться и максимально приспособливаться для конкретного потребителя. Такие традиционные товары, как дом, автомобиль, телефон, насыщаются интеллектом и знаниями в такой степени, что способны на более эффективном уровне замещать функции, ранее выполнявшиеся человеком. На рынке активно распространяются «умные», интеллектоемкие, знание-емкие, наукоемкие товары и услуги (*smart house* или *intelligent building, smart car, smartphone*). К интеллектуальным изделиям новой эры: относится одежда с микропроцессорами, карточки (кредитные карты, пропуска), жилища, дороги, автомобили, шины, навигаторы, спортивные товары, радиоприемники и телевизоры (встроенные программа–агент, селекция рекламы), телефон и другие гаджеты.

Действительно, с точки зрения инженерных решений современный автомобиль мало, чем отличается от прототипов «самодвижущегося транспортного средства». Их принципиальное отличие состоит в количестве овеществленных знаний и информации – последние образцы автомобилестроения оснащены бортовыми компьютерами, в производстве использованы не встречающиеся в природе композиционные материалы и пластик, салоны оборудуются кондиционерами, аппаратурой сотовой связи с выходом в Интернет и т.п. Еще большую

³³⁸ Kurz R, 1999

³³⁹ Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе. – М.: Экономика, 2008. – с. 17

насыщенность информационной составляющей имеет продукция генной инженерии и биотехнологии (например, новые сорта культурных растений или современные лекарства), производства компьютеров, аэрокосмической отрасли, средств телекоммуникации.

В новой экономике наблюдается двойственная тенденция: с одной стороны, происходит превращение ранее уникальных товаров в рядовые, продукцию массового спроса; с другой, наоборот, превращение ранее рядовых товаров в уникальные и адаптированные под конкретного клиента. Происходит синтетизация товаров, создание различных продуктов с уникальными (реальными или виртуальными) торговыми ценностями (здоровая пища – функции питания и лекарства, экологический туризм и т.д.)

Товары становятся все более сложными, в них вкладывается все больше интеллекта, информации и знаний, что проявляется в информационной насыщенности рынков. Это сопровождается повышенной инновационной активностью, которая может базироваться только на определенной новизне товаров или услуг, постоянной адаптации к меняющимся предпочтениям и потребностям конкретных покупателей. В противном случае товар не будет востребован на рынке. Покупая новый товар, потребитель поддерживает инновации. Если он не проявляет интерес к новшеству, отказывая новому продукту в спросе, то он не признает и направление инноваций, что чревато серьезными проблемами для бизнеса, вплоть до банкротства³⁴⁰.

Интеллектоемкость большинства товаров материального производства, рост когнитивной составляющей в стоимости благ приведет к когнитивитизации товаров, превращению их в «сгустки знаний»³⁴¹. Возрастает степень дискретности благ, появляются индивидуально-ориентированные товары. В результате цена таких товаров определяется в основном не себестоимостью «железа», а сконцентрированных в них информации, интеллекта и знаний.

Несколько иной аспект интеллектуализации товаров открывается из того факта, что «мягкая» составляющая товара становится не просто большей, но и более значимой на рынке. Эти процессы взаимосвязаны и указывают на то, что повышение информационной и интеллектуальной насыщенности становится потребностью рынка, как со стороны производителей, так и со стороны потребителей.

Товар как предмет экономических отношений все больше развеществляется, теряя свою материальную оболочку, отводя ей второстепенную роль. Товар облекается в интеллектуальное и информационное сопровождение, а затем реализуется в общем комплексе сопровождающих услуг. Образы и услуги становятся основными представителями товара в рыночных отношениях, именно на них обращают внимание потребители. Изменения и

³⁴⁰ Рудакова И.Е. Никифоров А.А. Макроэкономическая теория. – с. 71-72

³⁴¹ Микроэкономика знаний . – с. 37

отличия товаров носят как функциональный, так и информационный характер, причем последнее направление преобладает. В функционально-материальном отношении идентичный товар получает дополнительную рекламную обработку путем внесения изменений в упаковку, проведения различных пиар-компаний, промо-акций, дегустаций, публикаций каталогов, рекламных купонов и т.д. Большинство современных товаров и услуг имеют символическое значение и не всегда имеют под собой материальную фактическую основу. Функционально-материальные изменения опосредованы информационной составляющей.

Насыщенность базовых потребностей населения выводит на первый план неценовую конкуренцию (дизайн, стиль, новизна, образ, качество), а сокращающийся жизненный цикл продукции означает ускорение инноваций, которые приобретают перманентный характер, однако не всегда сопровождаются совершенствованием производительных сил и повышением качества факторов производства.

Информация включает в себя растущее значение символического уровня продукции, информацию в виде опыта, смыслов и идентичностей. Компьютеры помогают опосредовать этот процесс. Создание электронных символов, которые иногда называют «производством содержания», составляет одну из главных сфер информационной экономики. Способность превратить техническое устройство в инструмент стиля жизни обеспечивает компаниям лидерство на рынке. Потребители, покупая подобный товар, в действительности приобретают определенный опыт, смысл или идентичность. Вследствие этого компании затрачивают все больше времени на создание символического уровня продукции по сравнению с затратами на чисто технические совершенствования товара.

Отсюда, в информационной экономике прослеживается важная тенденция *софтизации* потребительского спроса, которая проявляет себя в переносе акцентов с потребления материальных, вещественных, монофункциональных благ на потребление полифункциональных товаров и услуг с высокой степенью интеллектуальной, когнитивной и информационной насыщенностью, в которых *нематериальная составляющая* превалирует над материальной.

Еще одной важной тенденцией отражающей диверсификацию потребительского спроса выступает *сервисизация* потребления, которая предполагает расширение спроса на разнообразные услуги, преобладание в них нематериальных услуг, появление новых видов сетевых, интеллектуальных, информационных услуг, адекватных более высокому уровню развития информационной экономики.

Услуги сильно отличаются от обычных товаров: во-первых, они более неоднородны: от довольно примитивных, не требующих особой квалификации, до крайне сложных, требующих высоких компетенций потребителя; во-вторых, потребляются, как правило, в момент их

предоставления, т.е. не могут накапливаться; в-третьих, общим признаком всех услуг является времяемкостью, получение полезного эффекта от услуги требует больше времени, чем потребление простого материального товара.

В литературе не существует единого подхода к классификации услуг, вместе с тем можно выделить два больших класса услуг: первая группа - материальные (сервисные, связанные с обслуживанием человека, транспортные, бытовые и т.д.), и вторая группа - нематериальные услуги, которые весьма разнородные по происхождению:

- Интеллектуальные услуги ³⁴² – их основу составляют знания, интеллект как способность управлять процессом распознавания и обработки информации
- Социальные услуги ³⁴³ - не имеют конечного характера, являются общественными благами
- Экологические услуги ³⁴⁴ - обеспечивают полезность для всех, но никто платить не хочет.
- Креативные услуги (развлекательные, творческие, рекламные, дизайнерские, иллюстрирование, видеовизуализации, создание 3D объектов, отбор доменных имена сценарии корпоративов) – либо предоставляются бесплатно, либо стоят дорого.

Сегодня многие компании сосредоточены не столько на производстве, сколько на продвижении и постсервисном обслуживании. Львиная доля прибыли фирм образуется не за счет прямых продаж товаров, цена которых под влиянием научно-технического прогресса постоянно снижается, а за счет постсервисного обслуживания. Так, первый год гарантийного обслуживания автомобилей обходится клиенту в 25% его первоначальной стоимости. Примерно за три-пять лет такого обслуживания фирма получает фактически двойную стоимость проданной продукции.

В условиях информационной экономики значительно нарастает спрос на новые виды услуг интеллектуальные (знаниеемкие) и информационные услуги.

Исследователи выделяют следующие специфические свойства этих благ³⁴⁵:

- Нематериальны по своей природе
- Отличаются гетерогенностью, неоднородностью, нестандартностью продукта

³⁴² Дорошенко М.Е. Интеллектуальные услуги: сегодня и завтра // Форсайт. – 2007. – Т.1. - № 2. – с. 37-46: Сектор интеллектуальных услуг: перспективы развития и сценарный анализ// Форсайт. – 2006. – Т.2. - № 2. – с. 18-35

³⁴³ Калашиников С. Социальные услуги как объект исследования /

³⁴⁴ Бьюкенен Дж. Избранные труды. - М.: Альфа Пресс, 1997.

³⁴⁵ См. Дорошенко М.Е. Интеллектуальные услуги: сегодня и завтра // Форсайт. – 2007. – Т.1. - № 2. – с. 37-46.

- Содержат высокую добавленную стоимость, созданную высококвалифицированным трудом
- Инвариантны к пространству, быстро распространяются посредством электронно-цифровых коммуникаций
- Сопровождаются явно выраженной информационной асимметрией

Специфика процесса потребления таких услуг отличается от стандартного продукта, что определяет особенности спроса на них. Потребитель выступает в роли сопроизводителя услуги, вкладывая в её создание свой информационный ресурс. Иными словами, процесс потребления интеллектуальной услуги заключается в способностях покупателя к восприятию знаний, заложенных в ней, что требует от потребителя высокого интеллектуального потенциала и особых информационных компетенций. В противном случае услуга окажется бесполезной.

Следовательно, способность к адаптации в потреблении является лимитирующим фактором спроса на инновационные блага. По мнению Дорошенко М.Е.³⁴⁶, в отличие от стандартной модели, где потребность товара формирует спрос на него, наличие потребности в интеллектуальной услуге не делает экономического субъекта агентом спроса. Возникновение спроса на такую продукцию требует сочетания трех условий: потребности, платежеспособности и способности к восприятию³⁴⁷. Таким образом, современный потребитель должен быть высококомпетентным, обладать значительно большим объемом знаний, умений и навыков, чтобы потреблять новые знаниеемкие продукты.

В новой экономике динамика потребностей в сторону роста социальных, духовных, творческих трансформирует структурные сдвиги в потреблении домохозяйств и положительно влияет на развитие непроемственной сферы экономики, приводит к синергетическому накоплению человеческого капитала как ключевого фактора социально-экономического развития

Экологизация потребительской деятельности также становится неотъемлемой частью мирового развития. Экологизация потребления предполагает ориентацию потребителей на природо- и ресурсосберегающее потребление, бережное отношение к окружающей среде, сокращение отходов потребления, что находит свое проявление в этическом потреблении. Этическое потребление - это покупка и использование благ не только исходя из их полезности для потребителя, но и под влиянием морально-нравственных ценностей, отказ от приобретения товаров и услуг, наносящих вред природе и человеку³⁴⁸. Это своеобразная реакция

³⁴⁶ *Дорошенко М.Е.* Сектор интеллектуальных услуг: перспективы развития и сценарный анализ// Форсайт. – 2006. – Т.2. - № 2. – с. 18-35

³⁴⁷ Там же.. с. 43

³⁴⁸ *Шабанова М.А.* Социэкономика (для экономистов, менеджеров, госслужащих). - М.: Экономика, 2012. – с. 259

потребителей на загрязнение окружающей среды, неприглядное деловое поведение, выражающееся в противодействии этим практикам.

Исследования, проводимые в течение последних двух десятилетий, показывают, что в критериях оценки потребительского выбора присутствует положительная динамика. Так в 1990-х годах маркетинговые исследования показали, что существует разрыв между тем, как потребитель определяет важность этических постулатов, и насколько в реальности руководствуется ими при совершении практического потребительского выбора. Модель П.Остергуса рассматривает такие компоненты потребительского выбора как личную выгоду, стоимость, личную систему ценностей, влияние общественного мнения, знание о возможных негативных последствиях приобретения и доверие к брэнду³⁴⁹. На основании анализа потребительского выбора ученый пришел к выводу, что личная выгода побеждает нормативные установки.

В 2004 году исследование, проведенное П.Оугером и Т. Девинни³⁵⁰ показало, что в развитых странах начинают формироваться кластеры потребителей, для которых такой критерий как биоразлагаемость упаковки оказывается критичным. Исследователи однако не находят прямой корреляции с такими классическими критериями как пол, возраст и уровень дохода. Единственным существенным критерием, влияющим на экологизацию потребления, оказалось личное сотрудничество с общественной экологической организацией или работа в ней знакомых. На основании этих исследований ученые выдвигают гипотезу, что этические конструкции быстрее внедряются при личном общении и существовании диалога, чем через средства массовой информации. Однако существует вероятность, что объем коммерческой рекламы к моменту проведения исследований, еще не достиг критической отметки, чтобы реально повлиять на процесс потребительского выбора.

В поведении потребителя присутствует постоянное стремление к товарной новизне, опосредованно связанное с прогрессом, в том числе развитием массового производства и технологии. Современный потребитель постоянно хочет покупать и обновлять набор потребительских благ даже тогда, когда это противоречит рациональным представлениям о нормальной жизнедеятельности. В результате европейский и российский потребитель потребляет с очень высокой скоростью, а соответственно, с такой же интенсивностью порождают отходы потребления в виде мусора.

Несоответствие циклов потребления среднего потребителя циклам круговорота веществ среднего биогеоценоза становится одним из факторов, негативно влияющих на окружающую

³⁴⁹ *Ostergus P.* Ethical of consumption. – Princeton, 1997

³⁵⁰ *Auger P., Devinney T.* Do what consumers say matter? // *Journal of Business Ethics.* – 2007. – vol.76. - №4. – pp 361-383

среду. В противовес этой тенденции выдвигаются принципы: *reuse* – использование старых вещей и *recycle* – вторичная переработка материала.

Важный аспект экологизации потребления связан с гигиеничностью благ. Современная медицина проектировала свои сообщения, опираясь в основном на механизм провоцирования фобии и пропагандируя стерильность как панацею от осложнений. У потребителя выработан страх перед любыми микроорганизмами, несмотря на то, что большинство микроорганизмов является непатогенными и формируют важный слой любой экосистемы, в том числе внутренней среды человеческого организма. Попытки оправдать бактерии в рекламе существуют – например, «полезные бактерии» в йогурте, но эти попытки разнородны и также не опираются на целостную этическую концепцию, поэтому не снимают фобию перед негигиеничным товаром полностью.

В итоге потребитель отдает предпочтение продуктам, которые индивидуально упакованы в полиэтиленовую пленку, либо стерилизованы промышленным способом. Подобную проблему усугубляет одноразовость использования, миниатюризация товаров.. В результате гигиеничного потребления порождается дополнительный слой потребительского мусора, без которого вполне обходились большинство культур, отличных от культуры общества потребления. Для решения этой проблемы в рамках экологизации потребления предлагаются принципы: *reduce* – уменьшение упаковки и *reuse* – использование бывшей в употреблении упаковки³⁵¹.

В связи с этим утилизация отходов потребления становится сверхактуальной проблемой. Годовой объем глобального рынка составляет, по разным оценкам, от 111 до 300 млрд. евро. Место России на данном рынке условное, хотя только российское население ежегодно «производит» 35-40 млн т твердых бытовых отходов (ТБО) (200 млн куб. м)³⁵². С точки зрения экологии способ утилизации отходов потребления также вопрос дискуссионный. Так, Росприроднадзор считает наиболее энергоэффективной и менее затратной технологией в выборе способа утилизации отходов является их сжигание.. Однако, по мнению экологической компании Гринпис, никакой прибыли мусоросжигательные заводы не приносят и фактически превращают неопасные и малоопасные отходы в токсичные. Долевое распределение различных способов обращения с бытовыми отходами в некоторых странах отражено на рис. 4-2.

³⁵¹ Этика общества массового потребления и экоэтика: конфликт систем / Конфликт экоэтики и этики общества потребления . - М., 2010.

³⁵² Пекаркина С. Грязные деньги: несколько способов борьбы за чистую Россию // РБК. 23 августа 2012. www.rbc.ru/economics

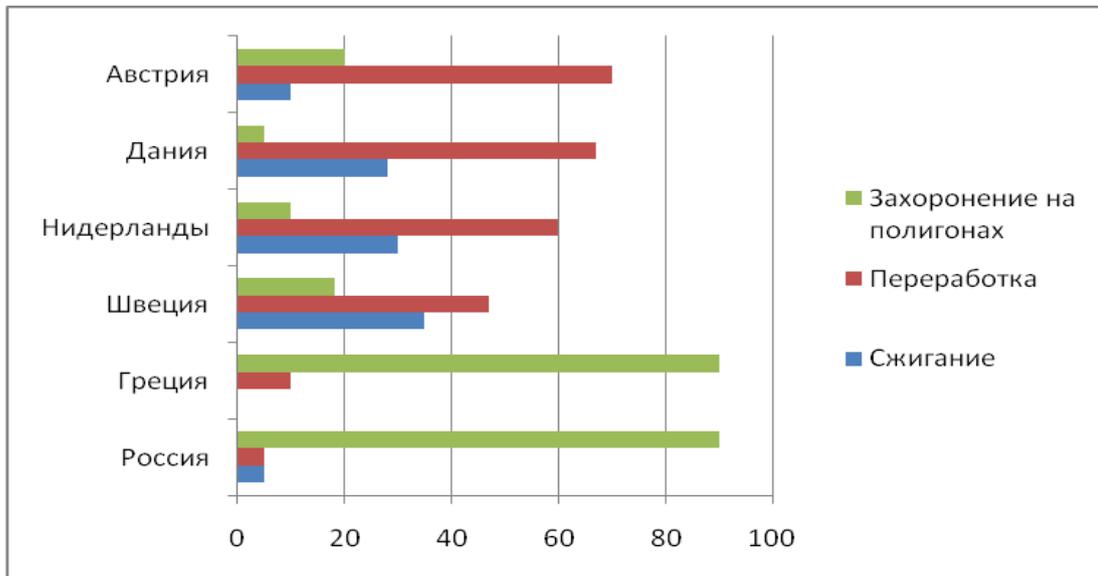


Рис. 4-2. Доля различных способов обращения с бытовыми отходами в некоторых странах, в %³⁵³

По экспертным оценкам, в стране действует 1 тыс. 92 полигона, куда попадает мусор. Только по официальным данным в стране насчитывается более 13 тыс. санкционированных свалок и более 10 тыс. несанкционированных.³⁵⁴ По статистике, большинство несанкционированных свалок занимают земли населенных пунктов, что непосредственно отражается на загрязнении среды обитания человека, ухудшая экологическую обстановку.

В связи с этим в современных условиях формируется *критический подход* к потреблению, который отражает новые тенденции в сфере потребления – анти-консюмеристские практики, «этическое», «зеленое» потребление, «медленное» потребление, бойкоты товаров, рост популярности ресайклинга, *hand made* и т.п.³⁵⁵ Различные агенты – государство, корпорации, социальные группы и отдельные индивиды используют критический потенциал потребления. Например, государство ведет «торговые войны» с другими странами, ограничивая ввоз произведенных в них товаров. Производящие потребительские товары корпорации вынуждены поддерживать принцип корпоративной социальной ответственности под напором запроса общества. Возникают экологические офисы и учреждения, в России их насчитывается около 200, из них 80 находится в Москве, которые применяют вторичную переработку невозпроизводимых ресурсов, использование энергосберегающих технологий.

Многообразие групповых и индивидуальных стратегий включает бойкоты потребительских товаров (антиглобалистский бойкот McDonalds), марши протеста (против использования меха в Санкт-Петербурге) и др. Возвращаются старые и появляются новые

³⁵³ Дашковский И. Миллиарды в урне // РБК. 2011, август. С. 67.

³⁵⁴ Официальный сайт Роспотребнадзора - <http://rospotrebnadzor.ru>

³⁵⁵ По материалам междисциплинарного научного семинара «Критический подход к потреблению и исследования потребления в постсоветских обществах» 29–30 марта 2013 года г. Казань, ПФУ

практики переработки мусора (например, в нескольких российских городах функционируют «экомобили» – передвижные пункты сбора опасных отходов) и повторного использования вещей (блошиные рынки, благотворительные магазины и барахолки). Критика консюмеризма, гламура, демонстративного потребления занимает важное место в медиа-дискурсе и популярной культуре (фильмы «Глянец», «ДухLess» и др.).

В экономической литературе предлагается несколько подходов к решению вопросов экологизации потребительского поведения³⁵⁶. Первый подход основан на рыночной стратегии, где предлагается решать возникающие проблемы путем взимания дополнительной платы за использование природных ресурсов (воды, энергии), выбор транспорта, утилизация отходов, и посредством экономического стимулирования перехода на «зеленые» модели потребления. Второй подход рассматривает потребления как элемент концепции устойчивого развития, где оптимизация предполагает такой уровень потребления в настоящем времени, который не препятствует достаточному потреблению в будущем. Третий подход предполагает количественное сокращение потребления как способа консервации природы, ликвидацию морали общества потребления, стремление к сохранению здорового образа жизни населения, сокращению перепотребления

Таким образом, выпуск экологически чистой продукции и продукции с высокой добавленной функциональной полезностью может способствовать формированию инновационно-ориентированного поведения и нового мышления потребителей.

Трансформация потребления сопровождается *эстетизацией потребления*, которая заключается в творческом подходе к выбору набора потребительских благ, стиранию границ между искусством и повседневной жизнью и находит свое выражение в креативном потреблении

По мнению английского исследователя М. Физерстоуна³⁵⁷ важнейшей чертой, характеризующей новое общество, оказывается огромное влияние эстетизации человеческой жизни на особенности потребления. Причины подобных явлений кроются в двойственном превращении: во-первых, предметы повседневной жизни преобразуются в художественные объекты (например, арт-хаус); во-вторых, обычные потребители стремятся сделать из своей повседневной жизни некий эстетический проект, выбирая по желанию определенный стиль в одежде, внешнем виде, домашней обстановке (готика, хай-тек, модерн и т.д.). Данные процессы связаны не только с производством эстетической продукции, но и с возрастанием знаковой ценности или имиджевой компоненты, заключенных в материальных благах. Отсюда,

³⁵⁶ Greening Household Behaviour – OECD, 2013; Гужва Е.Г. Теория потребления: концептуальные подходы к развитию национальной экономики: автореф. дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Санкт-Петербург, 2000. - с. 17.

³⁵⁷ Featherstone M. Consumer Culture & Postmodernism. – L.: Sage, 1994.

возрастание дизайнерского вклада в создание стоимости продукта, особенно проявляющего в товарах длительного пользования, которые создают микросреду жизни человека.. Через механизм брендинга вещи наделяются свойствами знаков, а потребители берут на себя роль агентов эстетизации и брендинга³⁵⁸. С. Майлз в своем исследовании также отмечает, что причина интенсивного развития дизайна связана с желанием потребителя самореализоваться, самоактуализироваться посредством потребления.

Современное общество, в работе С.Лэша, Д.Урри, трактуется как общество потоков знаков, образов, информации, а также эстетической рефлексивности³⁵⁹. Авторы отмечают, что на место структур приходят потоки, одновременно возрастает рефлексивность человека по отношению к окружающему миру, которая проявляется в следующих формах: 1) эстетическая, связана с самоидентификацией, самоинтерпритацией социальных практик через оценки, эмоции; 2) когнитивная (познавательная), выполняющая функцию самомониторинга и сопоставления социально-структурных ролей через познание и разум. На смену социальных структур приходят информационные и коммуникативные структуры, представляющие собой сетевые потоки. Структурированные потоки и накопление образов, символов, знаков – условие эстетической рефлексивности, потоки информации – условие когнитивной рефлексивности.

Возрастание роли эстетизации потребления связано с увеличением потребительского выбора в соответствии с индивидуализацией вкусов и предпочтений, с персональной идентификацией, с усилением значения времени в процессе потребления и накоплением культурного капитала, с возрастанием мобильности потребителей особенно рекреационных благ, возникновением сети новых объектов и субъектов потребительской инфраструктуры, связанных с эстетикой.

Исследователи выделяют некоторые тенденции эстетизации потребления:

- *Коммодификация.* - системный процесс овеществления, экстраполяции потребительского механизма на ранее нерыночные области или перевод благ, которые не были товарами, в коммерческое благо, способными свободно обмениваться на рынке и приобретающие стоимостное выражение. Объектами современного потребления стали спорт, политика, искусство, армия, медицина, образование, сексуальные отношения и даже человеческое тело (формирование рынка человеческих органов).
- *Кооптация.* – установка социально-экономической системы на внешнее и символическое, быстрое распространение знаков и образов в современном

³⁵⁸ Рощина М. Указ. Соч. – с. 118.

³⁵⁹ Lash S., Urri J. Economies of Sing and Space. – London: Sage, 1994.

обществе, манипуляция ими, создание иллюзорного мира, который конструирует реальную жизнь.

- *Комформизм* . быта, труда, природного, социального окружения, гарантии здоровья, образования и человеческих прав³⁶⁰ Эта тенденция включает технотизацию быта, миниатюризацию товаров, широкое распространение одноразовой посуды, лавинообразный рост потребительских услуг, связанных знаками комфортной жизни..
- *Культуризация* потребления, находящая свое выражение в новых потребительских практиках, где стиль жизни подчиняется выбранному эстетическому проекту, а повседневная жизнь становится областью искусства.

Выявленные тенденции накладывают отпечаток на предпочтения потребителя, который, по выражению М.Рощиной³⁶¹, больше не воспринимают «высокое искусство» как нечто рафинированное, замкнутое, доступное только высшим слоям общества, встраивает его в повседневную потребительскую деятельность, Современный потребитель выбирает среди множества товаров те, которые вписываются в лично сконструированные им эстетические стандарты, что повышает индивидуальную полезность за счет извлечения дополнительного потребительского излишка в виде художественно-эстетического бонуса. Данные явления и процессы необходимо учитывать при продвижении новых товаров на рынки и создания из рекламных образов.

4.3. Формирование новых возможностей потребления на основе информационных технологий

Современный мир приобретает новое качество - виртуальность (от лат. *virtual* – фактический, действительный). Информация и коммуникации, являясь элементами технологической и социальной инфраструктуры, превращаются в самостоятельную реальность, имеющую свои закономерности развития.

По выражению А.Забродина, «виртуализация жизни», т.е. стремление к информационной насыщенности и создания новой реальности, является движущей силой для развития информационно-коммуникационных технологий, а не наоборот³⁶². В отличие от распространенного мнения А.Назарчук подчеркивает, что виртуализация проявляется «не в том,

³⁶⁰ Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. - . 2000.- № 5.- с. 58-65.

³⁶¹ Рощина М. Указ. Соч. – с. 312-313.

³⁶² Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе. – М.: Экономика, 2008. - с. 22.

что материальное становится имматериальным..... наоборот, то, что было виртуальным, начинает материализоваться»³⁶³.

Тенденция виртуализации тесно связана с развитием эффективных телекоммуникационных систем, внедрением технологий, использующим сеть Интернет. В традиционной экономике связь производителей и потребителей замыкалась на географическое пространство, ограничивающее доступ к рынкам из других городов и регионов. В информационной экономике эти границы разрушил Интернет.

Появление качественно новой электронной систем коммуникаций привело к становлению сетевых рынков, на которых экономический обмен с помощью электронных средств связи существенно видоизменяет тип рыночных отношений, что радикальным образом отражается на поведении потребителей.

Рудакова И.Е. отмечает следующие преимущества электронного рынка³⁶⁴:

- 1) существенно расширяется доступ к информации для всех участников рынка: потребители получают полное представление о товарах и ценах на любых рынках, что позитивно влияет на выбор наиболее выгодного (оптимального) варианта обмена; производитель легко собирает информацию о потребителях, их запросах и предпочтениях, что необходимо для выбора оптимальной производственной программы;
- 2) получение информации происходит в режиме реального времени, возрастает скорость приспособления фирм к изменяющему спросу потребителей, что способствует интенсификации потребления;
- 3) связь спроса и предложения по линии производитель-потребитель осуществляется напрямую без посредников, что ускоряет свершение сделок и значительно уменьшает трансакционные издержки, приближая их к нулевым;
- 4) снижение входных барьеров на сетевой рынок способствует усилению конкуренции, что приводит к снижению цены и создания дополнительных условий удовлетворения потребностей покупателя;
- 5) возникает новый тип однородности товара в сети: не единообразие внешних свойств и характеристик товара, а степень соответствия товара индивидуальному запросу потребителя, наличие сопровождающих услуг (детальной информации о продукте и технологии его производства, инструкции по применению, послепродажного обслуживания, предложения

³⁶³ Назарчук А.В. Этика глобализирующегося общества. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2002. – с. 231

³⁶⁴ Рудакова И.Е., Никифоров А.А., Макроэкономическая теория. - с 28-29.

сопутствующих товаров и услуг и т.д.) , создают стандартное качество (новый стандарт однородности) приобретаемого продукта.

На основе сетей возникает новый тип экономических отношений потребления – *интерактивные*, то есть отношения, возникающие на объективной основе между субъектами по поводу удовлетворения системы потребностей при использовании цифровых сетей с интегрированным программным обеспечением, при отсутствии единого центра управления, поддерживающие возможность коммуникации в режиме реального времени и другие формы реализации социально-экономических услуг.

Объектом потребления на таких рынках выступают сетевые блага. К ним относятся информационные продукты, средства коммуникации, программное обеспечение, онлайн-услуги, цифровые товары, то есть продукты новой информационной экономики, которые обладают рядом отличительных свойств по сравнению с традиционными товарами и услугам.

Выделяются четыре основных свойства сетевых благ³⁶⁵:

- Комплементарность, совместимость и стандартность;
- Существенная экономия на масштабе производства;
- Сетевые внешние экстерналии;
- Эффекты ловушки.

Сетевые блага взаимосвязаны между собой, каждая новая дополнительная единица увеличивает ценность подобных благ, поскольку может быть использована только совместно с другими видами аналогичного продукта. Иными словами, потребители приобретают не просто отдельно взятое сетевое благо, а части системы (сети)³⁶⁶. Легкость тиражирования приводит к тому, что их можно воспроизводить при фактически нулевых предельных издержках, то есть практически бесплатно. Впервые вывод о стремлении цены сетевых благ к нулевой отметке сделал Дж.Гильдер³⁶⁷. Исследователь проанализировал телекоммуникационный рынок и установил, что каждые 12 месяцев происходит снижение цен в три раза. Стоимость производства единицы блага для производителя становится такой низкой, что стоимость потребления единицы блага для пользователя стремится к нулю ($P \rightarrow 0$), но никогда не достигает её. Данную зависимость отражает кривая Гильдера (рис. 4-3)

³⁶⁵ Стрелец И.А. Сетевая экономика. - М.: Эксмо, 2006 - с. 43

³⁶⁶ Рыбанкина О.А., с. 20

³⁶⁷ Gilder G.F. Telecosm: How Infinite Bandwidth Will Revolutinize our Wolrd . – New York^ Free Press, 2000/ - p 12..70/

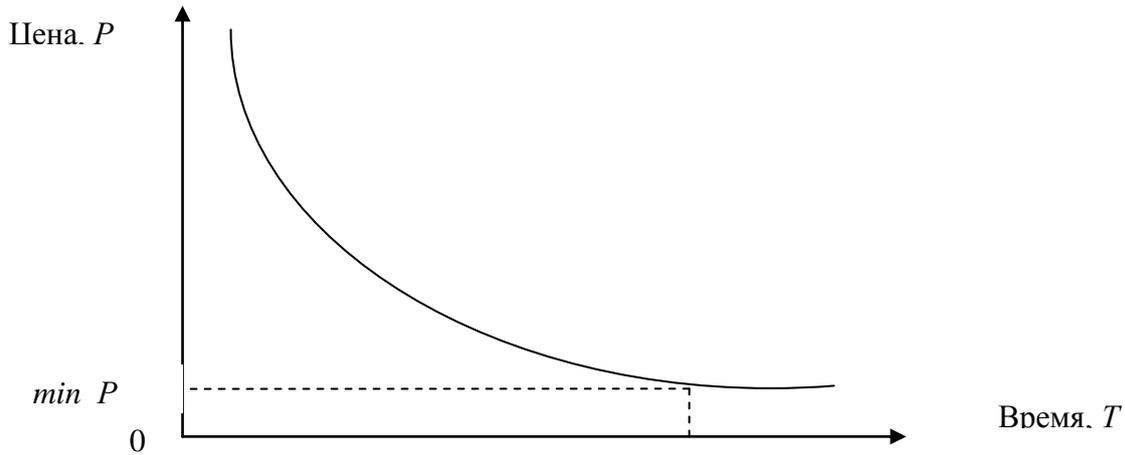


Рис. 4-3. Кривая предложения сетевых благ (кривая Гильдера)

Производители сетевых благ получают основную прибыль не за счет увеличения цены, а путем вовлечения новых потребителей в сеть, которую они контролируют. Для потребителя положительный эффект заключается в получении большего объема предоставления услуг (биты, скорость передачи данных, улучшенный интерфейс) без изменения цены в месяц.

Использование сетевых благ сопряжено с применением определенных стандартов, поскольку одним из требований потребителя к сетевому благу является его совместимость с другими благами продуктовой линейки, которыми обладают пользователи сети. Распространение сетевых благ сталкивается с так называемым эффектом сетевых ловушек. Этот эффект проявляется в том, что став участником одной из сетей, потребитель выбирает определенный стандарт, что впоследствии затрудняет переход на другой даже более эффективный вариант. Например, iPhone на платформе Android не имеет гарнитуры Bluetooth, что не совместимо с программными требованиями других сотовых операторов. Действие эффекта ловушек приводит к тому, что стандарт, ставший лидером, быстро распространяется на потребительском рынке, поскольку новые пользователи вынуждены к нему присоединяться. Однако эффект ловушек затрудняет переход пользователей из одной сети в другую и препятствует их объединению.

Все перечисленные характеристики сетевых благ приводят к тому, что основные параметры рынка спрос и предложение изменяют привычную конфигурацию. В ситуации сетевых благ кривая предложения имеет отрицательный наклон, поскольку предельные издержки стремятся к нулю, а кривая спроса - напротив, положительный, так как предельная полезность увеличивается по мере роста количества потребителей. Если этот процесс будет динамично развиваться, то в перспективе кривые будут стремиться к пересечению при все более и более низких ценах.

Иными словами, сетевые блага увеличивают свою ценность по мере роста их количества, при этом цена блага падает по мере роста числа потребителей, а полезность напротив повышается. Отсюда, ученые делают парадоксальный вывод: в условиях новой экономики наибольшей ценностью обладают блага, которые могут предоставляться бесплатно³⁶⁸. Информационная экономика демонстрирует массу примеров, например, крупные компании бесплатно предоставляют свои браузеры (WhatsApp, Viber, Netscape), программное обеспечение (Microsoft, Apple). В связи с этим цены на сетевые и цифровые товары и услуги постоянно снижаются, при этом технические возможности данных благ существенно расширяются. Так, в течение жизни одного поколения цена компьютеров упала более, чем в десять тысяч раз, примерно на 30-40% ежегодно.

Таким образом, проявляются следующие основные тенденции на рынках сетевых благ: 1) сетевые блага ценятся потребителями выше не вследствие редкости, а вследствие широкого распространения; 2) производстве сетевых благ имеет место существенная экономия на масштабе производства; 3) сетевые блага со временем становятся качественнее и дешевле; 4) рынки сетевых информационных благ не являются конкурентными.

Развитие информационной экономики, стремительное развитие сетевых рынков и активное распространение ИКТ приводит к небывалому росту потребительского спроса на Интернет-услуги. Интернет меняет образ жизни людей, предоставляя больший выбор цифровых товаров и услуг, более низкие цены, более полную информацию, больше каналов распространения и т.д.

Первая волна развития интернет вызвала экспоненциальный рост числа потребителей в сети (табл. 4-2). Эффективность Интернет-экономики определяется критической массой экономических агентов и развитостью информационной инфраструктуры. В 2000 году в мире насчитывалось немного более 360 млн. пользователей, то 2013 году свыше 2,8 млрд. человек имеет доступ к интернету со все большей скоростью и за все меньшую цену.

Наибольшее количество пользователей зафиксировано в странах азиатского региона более 1,2 млрд. человек, однако уровень проникновения составляет лишь 27,5% населения, это означает будущий рост спроса на рынке услуг доступа к Интернету, который далек от насыщения.

³⁶⁸ Стрелец И.А. Сетевая экономика. - с. 74.

Динамика пользователей Интернетом в мире (на конец 2013 год)

Регионы мира	Население	Интернет-пользователи в 2000	Интернет-пользователи в 2013	Проникновение (% от населения)	Рост 2000-2013, в размах	Пользователи в % от общей численности в таблице
Африка	1 125 721 038	4 514 400	240 145 482	15,8%	53,2	8,6
Азия	3 996 408 007	114 304 000	1 265 143 702	27,5%	11,1	45,1
Европа	825 802 657	105 096 093	566 261 317	68,6%	5,4	20,2
Средний Восток	231 062 860	3 284 800	103 829 614	44,9%	31,6	3,7
Северная Америка	353 860 227	108 096 800	300 287 577	84,9%	2,8	10,7
Латинская Америка	612 279 181	18 068 919	302 006 016	49,3%	16,7	10,8
Океания/ Австралия	36 724 649	7 620 480	24 804 226	67,5%	3,3	0,9
Весь мир	7 181 858 619	360 985 492	2 802 478 934	39,0%	7,8	100 %

Источник: Internet Worlds Stats Website. Data accessed on 15 August 2014 URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Аналогичная ситуация наблюдается в современной России, где за период с 2000 по 2013 гг. рост интернет-пользователей увеличился в 26 раз, но не достиг уровня развитых стран (табл. 4-3).

Рост числа Интернет-пользователей отражает следующие тенденции в потреблении:

- увеличение потребительского спроса на ИТ-продукции и услуги за счет развития цифрового контента и снижения стоимости услуг связи, что является важным фактором принятия интернета потребителями, стимулируют рост индустрии ИКТ;
- структурные сдвиги в потребительских расходах в пользу цифровых товаров и услуг и создание новых режимов потребления;
- повышение готовности потребителей к электронному взаимодействию в сети и увеличение доли информационного имущества в потребительском богатстве, что отражает рост уровня информатизации домохозяйств³⁶⁹.

³⁶⁹ Результаты полевого исследования автора см. Приложение

Динамика Интернет-пользователей в РФ

Год	Число пользователей, чел.	Уровень проникновения, в %
2000	3 100 000	2,1 %
2008	38 000 000	27,0%
2010	59 700 000	42,8%
2011	61 472 011	44,3%
2013	73 000 000	52,0%
2015 (прогноз)	90 000 000	64,0%

Примечание: Составлено по данным Международного союза электросвязи

Вторая волна вызвала новую тенденцию – виртуализацию потребления в интернет-пространстве. По выражению Дж.Ритцера, в 21 веке стираются границы между материальным и нематериальным, развивается виртуальное потребление и дематериализуется в реальное³⁷⁰ Киберпотребление основано на симуляции эмоциональных чувств, эффекте погружения (*immersion*), когда пользователь воспринимает виртуальную реальность как действительность, Возникают новые способы (режимы) потребления в сетевой экономике – он-лайн (в сети в режиме реального времени) и офф-лайн (вне сети, но с помощью информационных технологий).

Исследователи отмечают, что потребление в киберпространстве имеет преимущества перед материальным потреблением: более широкий ассортимент товаров, быстрый ценовой маркетинг, доступность потребления, деперсонализация потребителей и др.³⁷¹. В виртуальном мире снимаются пространственно-временные ограничения: время и место потребления становятся управляемыми. Поиск товаров, процессы купли-продажи, оплата кредитной картой и управление услугами может осуществляться непосредственно из дома. Потребители, обладающие платежеспособным спросом, через интернет выходят на новый международный уровень культуры информационного потребления..

Развитию виртуального потребления способствует интеграция традиционных рынков в информационно-сетевую среду, появление новых видов информационно-ориентированных транзакций для потребителей

Рынок труда: наблюдается рост работы через телекоммуникации (*teleworking*), появляются новые формы занятости (телеработа, дистанционная занятость), интернет становится важным инструментом подбора свободных работников для вакантных

³⁷⁰ Ritzer G. Exploration in the Sociology of Consumption. – L : Sage, 2001.- p. 146-159.

³⁷¹ Рощина Я.М. Социология потребления. – Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007 – с. 295-299.

должностей, в 2010 г., в среднем, 17% пользователей заявляли, что используют интернет для поиска работы.

Денежный рынок: активно развивается банковское обслуживание он-лайн, электронные платежные системы, интернет-банкинг, обслуживание клиентов по телефонной связи, автоматизированные кассиры, персонализация отношений «банк-клиент» в реальных офисах .

Потребительский рынок: появление телемагазинов, виртуальных супермаркетов, развитие электронной коммерции как вида торговли с использованием интернет-технологий, онлайн-рекламы и электронного маркетинга. В 2010 г. самый высокий в мире потребительский спрос зафиксирован на компьютерные игры, по оценкам специалистов, составил 39% доходов интернет-экономики. В 2011 году совокупный оборот российского игрового интернет-рынка достиг 1,2 млрд. долл., вырос за год на 28%³⁷². По данным IFPI, на цифровую музыку во всем мире приходится 29% доходов компаний звукозаписи – в четыре раза больше, чем вместе взятые доходы от производства онлайн-книг, фильмов и газет³⁷³. Современные технологии открывают новые виды сетевых благ, таких, например, как интерактивные игры, Web-сайты, фильмы с трехмерной графикой, демонстрирующие новую виртуальную реальность³⁷⁴. Потребность приобретать новые впечатления усиливает спрос на товары и услуги компьютерной индустрии. Такие устройства, как декодирующие телевизионные приставки и игровые приставки способствуют переходу к онлайн-развлечениям. По прогнозам Cisco, IP-трафик вырастет в четыре раза за период с 2010 г. по 2015 г., годовые темпы роста при этом составят 32%. По данным Sandvine, большая часть развлекательного трафика в реальном времени (54,3%) приходится на потоковое видео и аудио, а просмотр 15,6% этого трафика проходит на мобильных устройствах и планшетах, используемых дома через Wi-Fi.³⁷⁵

Рынок социальных услуг: развиваются услуги он-лайн здравоохранения (консультирование по видеосвязи, видеотрансляция операций, компьютерная диагностика) и дистанционного образования (мультимедиа технологии, электронный дневник, задания по Интернет, онлайн-тестирование). Использование ИКТ в секторе образования и здравоохранения может повысить качество услуг и эффективность, сократить текущие расходы и предоставить радикально новые способы обучения и лечения.

³⁷² Обзор игрового рынка в России www.mail.group.ru

³⁷³ OECD Internet Economy Outlook 2012 - OECD Publishing. 2012 www.oecd.org/rights

³⁷⁴ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. - М.: «Вильямс»; 2005 – с. 6

³⁷⁵ OECD Internet Economy Outlook 2012 - OECD Publishing. 2012 www.oecd.org/rights

Рынок государственных услуг: создание электронной системы государственного управления, основанной на межсетевом взаимодействии между государством как поставщиком госуслуг и населением как их потребителем, при которой услуги и информация государственных органов будут доступны круглосуточно.

Третья волна развития сегмента интернет-предметов приведет к усложнению объектов потребления, придаст им новые интеллектуальные функции. Наделение предметов потребления, бытовой техники, автомобилей и даже лампочек, новыми коммуникативными свойствами, позволит потребителям получать более полную информацию об окружающей среде, товарах, услугах, ценах, скидках, принимать решения на основе большей информированности, что значительно упрощает проблему потребительского выбора. По оценкам Ericsson, к 2020 г. к интернету подключатся 50 миллиардов беспроводных мобильных устройств и эта цифра может увеличиться в десятки раз.. Например, если на каждый автомобиль поставить устройство связи и предположить, что срок эксплуатации составит десять лет, то к 2020 г. появятся около 700 млн автомобилей, оборудованных для межмашинной коммуникации.

Таким образом, в экономику и общества вплетаются все больше устройств, которые постоянно сообщаются друг с другом, расширяют информационное поле в сети, а также предоставляют информацию о людях третьим лицам. С одной стороны, это потребует от потребителей развития новых информационных компетенций, технических навыков, определенной квалификации, что усиливает значение и роль образования и профессиональной подготовки в построении информационной экономики, в которой ИКТ являются незаменимым инструментом. С другой, обостряются проблемы защиты личных данных, конфиденциальности и информационной безопасности. Возникают новые риски - *риски информатизации*, которые являются отдельной проблемой изучения.

Новым подходом к исследованию взаимодействия экономических агентов на рынке выступает *сетевой анализ*. Первые исследования сетей начались в конце 20 века в работах социологов С.Берковица, С.Вассермана, Б.Белламана, Л.Ноука, П.Марсднна, К.Фауста³⁷⁶ Методология сетевого анализа основана на следующих положениях:

- Акторы рассматриваются как взаимосвязанные единицы;
- Отношенческие связи между акторами - каналы перераспределения материальных и нематериальных ресурсов;
- Сетевые модели фокусируют внимание на индивидуальных действиях акторов, которые используют сеть;

³⁷⁶ Wellman B. Berkowitz S. Social structures a Network Approach. – Greenwich, CT: JAI press, 1997/

- Сетевые модели (социальные, политические, экономические, потребительские и т.д.) можно определить как продолжительные систематические отношения между акторами³⁷⁷.

Ученые отмечают высокий потенциал сетевых исследований, поскольку они дают возможность структурировать взаимоотношения между потребителями и другими субъектами в наиболее четкой форме, а также позволяют оперировать данными как на нано- и микроуровне, так и на мезо- и макроуровне. Сетевой подход является универсальным, так как позволяет проводить междисциплинарные исследования³⁷⁸.

В российской науке теория социальных сетей применялась для исследования реструктурирования сетей межсемейных обменов, сетевых бюджетов, сетевой взаимопомощи в работах С.Барсуковой, Г.Градосельской, Е.Ивановой³⁷⁹. В данном контексте сети рассматриваются как совокупность связей, по которым перераспределяются различного рода ресурсы.

По сетевому принципу домохозяйства строят как свои внутренние, так и внешние связи, причем подобные процессы протекают в разных контекстах. Можно выделить два основных типа социального взаимодействия домохозяйств в сети:

- 1) *внутрисетевой* обмен на нано и микроуровне:
 - *внутрисемейный* между членами внутри обособленного домохозяйства;
 - *межсемейный* обмен между отдельными домохозяйствами и индивидами;
- 2) *межсетевой* обмен между домохозяйствами и другими экономическими субъектами.

Индивиды вступают в определенные сети с целью получения выгоды. Основой выгоды является накопление определенных ресурсов, которые возникают благодаря социальным связями и позволяют повысить экономическую эффективность деятельности. Через каналы связи могут распространяться как денежные, материальные ресурсы, так и информационные ресурсы и ресурсы свободного времени. Что касается доступа к информации, то для рыночных отношений характерно несовершенство информации, асимметричность, недоступность, закрытость, высокие издержки на получение полной, исчерпывающей и достоверной информации. Социальные сети в определенной среде и на определенном иерархическом уровне, располагающемся наиболее полной информацией о потребностях и перспективах развития рынков, предоставляют индивиду полезные сведения, не доступные из

³⁷⁷ Wasserman S., Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. – Cambridge: University Press, 1994. - p. 4

³⁷⁸ Стрелец И.А.- с. 42.

³⁷⁹ Барсукова С. Ю. Сетевая взаимопомощь российских домохозяйств : теория и практика экономики дара// Мир России . – 2003. - № 2. – с. 81-122.; Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами // Социологический журнал. – 1999. – 1-2. - с. 156-163.

других источников, о возможностях и вариантах наиболее выгодного поведения на рынке. Аналогичным образом, социальные сети могут предоставить информацию организации, агентам и даже сообществам о его характеристиках и свойствах потребителя, которые могли остаться незамеченными, Такая информация помогает фирме снижать транзакционные издержки при разработке товаров под конкретного потребителя или найма более профессионального работника, а человеку

Социальную сеть принято изображать в матричном виде. В основе классификации лежит критерий установления социальных и сетевых взаимодействий между основными участниками: индивидуальными экономическими агентами, домохозяйствами, коммерческими и некоммерческими организациями, обслуживающие домохозяйства, и государством³⁸⁰ (см. табл.4-4).. Функция микроуровня реализуется через электронный портал участника сети.

Таблица 4-4

**Матрица социальных и сетевых взаимодействий домохозяйств
и других экономических агентов**

Связи	Индивид (Individual)	Домохозяйство (Customers)	Предприятие (Business)	Государство (Government)
Индивид (Individual)	I 2 I	I 2 H	I 2 B	I 2 G
Домохозяйство (Customers)	H 2 I	C2C	C2B	C2G
Предприятие (Business)	B2I	B2C	B2B	B2G
Государство (Government)	G 2 I	G2C	G2B	G2G

Матрица социальных связей отражает основные потоки ресурсов между агентами сети. Сеть основана *на участии*, а не на пассивном получении ресурсов и информации. Многие поколения потребителей развитых стран используют сеть для различных целей

Наиболее распространенным является электронная торговля. В 2011 году общий объем российского рынка розничных продаж составил 10,5 миллиардов долларов, в 2012 году уже 13 миллиардов долларов), т.е. годовой прирост составил примерно 28%. При этом объем проданных материальных товаров составил 285 млрд руб. По оценке журнала Форбс, российский рынок в состоянии догнать своих западных конкурентов примерно за 6-7 лет, так к 2020 г. объем электронного товарооборота может достигнуть нынешнего уровня в 120-150 миллиардов долларов (5-6% ВВП), текущий показатель - 1% ВВП, а также показателей онлайн-ритейла, составляющих 10-12% традиционных продаж.

³⁸⁰ Информационно-сетевая экономика в XXI веке / под ред. С.Дятлова, В. Колесова, А. Толстопятенко. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – с. 342.

Активными покупателями через интернет являются приблизительно 25 млн. человек примерно 1/6 часть населения. Основные виды покупок распределены следующим образом:

- Быстро растущие сегменты (товары для детей -3 %, для дома, мебель – 7%, для спорта – 4%).
- Стабильно растущие сегменты (косметика, парфюмерия,- 11%, электроника, техника, - 44%, автозапчасти – 10%).
- Медленно растущий сектор (одежда и обувь. -13%
- Секторы, ощущающие спад спроса (книги, диски – 3%, продукты питания – 1%).

По экспертным оценкам электронная торговля в России пойдет по-китайскому пути, где на общее постоянно растущее число интернет-пользователей наложится соответствующее количество онлайн-покупателей и частоты совершаемых ими покупок. Сегодня уже «Почта России» не справляется с доставкой товаров, приобретенных через Интернет. Правительство рассматривает законопроект об ограничении суммы международных онлайн-покупок с 1500 до 150 евро.

Компания SLI Systems провела исследование рынка мировой интернет-торговли, результаты которого показали, что одной из важнейших составляющих коммерческого успеха является развитие мобильных сервисов и приложений и активное развитие на этой основе мобильной электронной торговли. Термин мобильная коммерция (*M-commerce*) подразумевает под собой ведение коммерческой деятельности с помощью мобильных устройств. *M-commerce* появилась и получила развитие в период широкого распространения мобильного широкополосного интернета и появления доступных многофункциональных мобильных устройств. По прогнозам компании Data Insight рост рынка *m-commerce* ускорится к 2015 году, и его оборот достигнет 119 млрд. долларов, что составит порядка 8% рынка электронной коммерции.

Неоспоримым преимуществом мобильной коммерции для потребителя является возможность быть не привязанным к стационарным устройствам и при наличии одного только мобильного телефона или планшета совершать необходимые операции. О перспективах развития *m-commerce* заявляют многие, в настоящее время смартфон, сохраняя все свои прежние функции и отличаясь высокой мобильностью, превратился в средство идентификации его владельца, а также выполняет функции кредитной карты и решает навигационные задачи.

Современные мобильные устройства задают новые форматы представления информации и коммуникации с пользователями. По прогнозам исследовательской компании Juniper Research в период с 2013 по 2017 гг. количество людей, пользующихся банковскими услугами на своих мобильных устройствах, возрастет с 590 млн. до 1 млрд. человек. По прогнозу аналитиков компании Morgan Stanley в период с 2013 по 2015 гг. по всему миру появится около 10 млрд.

платформ с выходом в Интернет, которыми будут самые разные устройства, такие как смартфоны, планшеты, автомобильная электроника, домашняя электроника, MP3-плееры, электронные книги и прочее³⁸¹.

Статистика электронной торговли показывает, что основная масса онлайн-покупок приходится на потребителей из регионов, наблюдается ежегодный прирост 40-60%. В перспективе данная тенденция будет только усиливаться.

В условиях технологических новаций происходит нарушение гравитационной модели В.Бекермана³⁸², разработанной для эконометрического анализа торговли, на основе которой прогнозируется число потребителей на рынке. Согласно модели число новых потребителей обратно пропорционально их удаленности от места обменных сделок, что описывается следующим уравнением

$$\text{Экспорт } xy = \alpha \text{ ВВП}_x \text{ ВВП}_y / (\text{DIST } xy) \beta, \text{ где}$$

$\text{ВВП}_x \text{ ВВП}_y$ - валовые внутренние продукты двух рассматриваемых стран x и y ,

$\text{DIST } xy$ - расстояние между странами x и y ,

α и β - коэффициенты реагирования, определяемые параметрами конкретной макроэкономической среды.

Статистика электронной торговли показывает, что количество потребителей из наиболее удаленных регионов, напротив, превышает количество, которое может быть получено на основе гравитационной модели. В современных условиях решающим фактором при определении количества участников трансакций являются издержки принятия решений, что не подтверждает выводы, сделанные В.Бекерманом.

Всемирная сеть Интернет стала самой серьезной причиной повсеместных скидок и уценок как на товары, так и на услуги. Исключается большая часть человеческого элемента, присущего традиционным покупкам и продажам, что позволяет быстро сравнивать цены на одну и ту же продукцию в разных точках мира и экономить время и средства покупателей. В современном мире, в котором потребителям не хватает времени, а все предприятия стремятся повысить скорость производимых операций, Интернет превращается в виртуальную среду, где можно купить или продать любые товары и услуги. Предприятия, которые занимаются бизнесом в электронной среде, предлагают большие скидки для покупателей. Эта тенденция связана с сокращением числа посредников. Многие компании стараются избегать розничных торговцев, агентов и дистрибьюторов для того, чтобы самостоятельно выйти на конечных

³⁸¹ Корнеева О. Мобильная электронная коммерция набирает обороты : <http://bankir.ru/novosti/s/mobilnaya-elektronnaya-kommertsiya-nabiraet-oboroty-10035134/#ixzz2ocPA0Z1O>

³⁸² *Berkerman W. Distance and the Pattern of intra-European Trade // Review of Economics and Statistics. - 1996.- V. 38. – p. 31-40.*

потребителей. В результате посреднические компании вынуждены сокращать штат сотрудников, в крайнем случае, объявлять о своем банкротстве.

Перспективы развития сетевых рынков во многом зависят от самих компаний, занятых в интернет-секторе экономики. Чем качественнее, доступнее и гарантированно безопаснее будет их предложение, тем быстрее остальные потребители станут доверять онлайн-покупкам. Немалую роль в этом должно сыграть информирование и обучение относительно онлайн-инструментов, многие потребители не знают о возможностях электронных денег, расчетов в онлайн-режиме и т.д.

По мнению Д.Тапскотта, большинство людей следовало ограниченной экономической роли, в качестве пассивных потребителей массовой продукции, были исключены из процессов обмена знаниями, властью и капиталом, следовательно, из распределения экономических ресурсов³⁸³. В новом сетевом обществе потребители не только используют сети для купли-продажи товаров и услуг, но и сами активно вовлекаются в производственный процесс, то есть их знания, информация и соображения используются при определении технических характеристиках продукции. Существенным образом преобразуется их роль (см. табл. 4-5)

Таблица 4-5

Изменение ролевых функций потребителей в сетевой экономике

Характеристики	Старая экономика	Новая экономика
Роль	Зритель/слушатель	Пользователь
Отношение	Пассивное	Активное
Функция	Получатель	Программист
Местонахождение	Дом/работа	Повсеместно

Примечание: Сост. по материалам Тапскотт Д. Электронно-сетевое общество. - Киев, 1999.- с.277.

Глубокие изменения в структуре и организации экономики сопровождаются формированием викиномики³⁸⁴, то есть виртуальной экономики, основанной на новых принципах:

- *Открытость* – прозрачность, то есть раскрытие информации, основа сетевой экономики. Потребители способны яснее понять реальную ценность продукта.
- *Пиринг* – новая форма горизонтальных организаций. Люди саморганизуются для создания новых товаров или услуг, единого знания, обмена опытом.
- *Доступ и умение делиться опытом*
- *Глобальный характер деятельности.*

³⁸³ Тапскотт Д. Электронно-сетевое общество. - Киев, 1999.- с.147.

³⁸⁴ Тапскотт Д., Уильямс Э. Викиномика: Как массовое сотрудничество изменяет все. Пер. с англ. Н.А.Ливинская. – М.: Альпина Паблишер. – 2011 – с. 9

Пиринг-модель - это производство на равных, новая модель инноваций и создания ценности. Образуются сообщества со-производителей на равных, которые меняют многие отрасли, включая издательское дело, СМИ, развлекательную индустрию, финансовые услуги и производство.

В сетях активно распространяется краудсорсинг (от англ. *crowdsourcing* – муравьиные технологии) – это работа над проектами неоплачиваемых любителей в свободное время, использование коллективного разума и труда добровольцев для различных полезных целей, в том числе коммерческих. Метод краудсорсинга используется в качестве создания новых товаров и услуг, селекции идей и координации усилий, выработки общественных норм поведения, формирования системы статусных отличий, помогает вычлнять из потока информации действительно нужные знания.

В новой парадигме центральное место занимают просьюмеры, потребители хотят играть реальную роль в разработке продуктов будущего на своих условиях, в собственных сетях, в своих целях и интересах.³⁸⁵

Просьюмеры (от производитель + потребитель) - это не просто потребители конечных продуктов, а активные участники его создания. В инфомагистрале каждый потребитель становится одновременно изготовителем, когда создает и отправляет сообщение, обкатывает виртуальный автомобиль, создает нужную конструкцию на экране компьютера. Идеи потребителей, информация и технологии становятся частью продукции, увеличивается содержание знаний в товарах и услугах. Просьюмеры считают весь реальный мир пространством для творчества и потребления³⁸⁶, изменяют конфигурацию продуктов в своих целях. Это креативный потребитель, реализующий активное потребительское освоение, не дифференцирующий производственную и потребительскую деятельность, для них потребление служит источником развития³⁸⁷

Просьюеры организуются в самоструктурирующиеся социальные организации - *смарт-мобы*, использующие технологические достижения в потребительских целях. Объединяясь, они функционируют в сети на специальных площадках *идеагорах* – местах встречи идей, инноваций и уникальных мозгов, что напоминает онлайн-Интернет-аукцион или «биржу идей» для инноваций³⁸⁸

Потребители становятся реальными участниками инноваций. Новаторы сигнализируют в каком направлении движется основной рынок, расширяют границы существующих технологий, создают собственные прототипы продукции. Инновации потребителей переходят

³⁸⁵ Там же, с. 211

³⁸⁶ Там же, с. 183.

³⁸⁷ Овруцкий А.В., Указ соч. -с. 170.

³⁸⁸ *Танкотт Д., Ульямс Э.* Викиномика. – М., 2011. – с. 143.

на самообслуживание. Потребительские новации, любительский креатив компании считают новым решением нестандартным проблем, однако многие фирмы часто игнорируют их..

Просьюмерский подход активно внедряется лидерами рынка. Передовые компании привлекают пользователей к разработке продуктов и услуг следующего поколения. Например, компания Second Life создает продукт, привлекающего потребителя, и позволяющего сотрудничать и добавлять новую ценность в массовом масштабе, на протяжении всего жизненного цикла продукта. БМВ использует «виртуальное инновационное агентство», привлекая для виртуальной разработки своих потребителей (навигация, эргономика, дизайн). Lego Factory-2005 предлагает клиенто-ориентированную разработку, позволяющую покупателям на площадке виртуальных складов разрабатывать, обменивать и заказывать собственные наборы конструкторов.

Использование просьюмерских сообществ может идти в следующих направлениях:

- Настройка продукта на пользователя – кастомизация, массовая подгонка под потребителя и производство на равных.
- Создание активных экосистем пользователей, в которых клиенты помогают улучшать, внедрять и продвигать на рынок новые свойства продуктов, Превращает своих потребителей в децентрализованную команду разработчиков.
- Глубокое и раннее включение в процесс разработки продукта потребителей, включая возможность взлома. Потребительский взлом (социальное хаккерство) способствует развитию «доморощенных», но уникальных и бесплатных приложений.
- Формирование условий для инноваций и сотрудничества с потребителями, предоставление пространства, инструментов, материалов для создания дополнительной ценности продукции фирмы. Изготовление товаров модульными, реконфигурируемыми, изменяемыми, чтобы.

Просьюмеризм взаимовыгоден: потребители получают больше, чем ожидали, компании – бесплатные исследования и разработки.. Потребители будут ожидать своей доли собственности и плодов от вложений интеллектуального труда.

Современные фирмы, работающие в потребительском сегменте и стремящиеся быть конкурентоспособными, должны внедрять новые технологии и разрабатывать меры, способствующие более полному удовлетворению потребительского спроса в информационной экономике:

- интенсивно развивать рынок сетевых благ, ИКТ-товаров, онлайн и оффлайн услуг, креативных благ;

- активно использовать возможности социальных и электронных сетей стремиться к развитию сайтов, чатов и других электронных ресурсов;
- способствовать развитию просьюмерских сообществ, налаживание прямых связей потребитель-производитель;
- внедрять пиринговые модели - производство на равных, новая модель инноваций и создания ценности потребителями;
- применять методы краудсорсинга, т.е. привлекать к работе над проектами создания товаров неоплачиваемых любителей в свободное время, использовать «коллективный разум» и труд добровольцев для различных полезных целей.

Таким образом, полное влияние интернета на экономику и потребителей остается неопределенным, несмотря на быстрый рост доступных средств коммуникации и подключения к информации. Важный вывод заключается в том, что интернет превращается в ключевую экономическую инфраструктуру, радикально трансформирует экономику и служат платформой для инноваций, развивает сетевые интерактивные отношения и вовлекает в них все большее число потребителей.

По результатам исследования вопросов данной главы можно сформулировать следующие выводы:

1. Рационализация производства и кастомизация товарного пространства приводят к расширению потребительского выбора на рынке с различных сторон:

во-первых, рационализация, макдонализация, унификация продукции и услуг приводят к стандартизации потребления, позволяют экономить временные и денежные ресурсы покупателей, в итоге способствуют ускорению и интенсификации процессов потребления. Тотальное распространение этих механизмов способствует *интернализации потребления*, которое становится глобальным, поскольку имеет схожие черты во всех странах мира; и формированию *глобального потребительского спроса*;

во-вторых, кастомизация и формы её проявления тейлоризация и тюнингизация напротив приводят к демассовизации потребления путем глубокой сегментации потребителей, что позволяет наиболее полно удовлетворить разнообразные полиморфные потребности покупателей. Эти процессы проявляется в нарастающей тенденции *индивидуализации потребительского спроса*

2. Под *диверсификацией потребительского спроса* понимается структурные сдвиги в потреблении, которые сопровождаются процессами софтизации, сервисизации, экологизации, эстетизации и виртуализации потребления.
3. *Софтизация* потребительского спроса проявляет себя в переносе акцентов с потребления материальных, вещественных, монофункциональных благ на

потребление полифункциональных товаров и услуг с высокой степенью интеллектуальной, когнитивной и информационной насыщенности, в которых нематериальная составляющая превалирует над материальной.

4. *Сервисизация* потребления, предполагает расширение спроса на разнообразные услуги, преобладание в них нематериальных услуг, появление новых видов сетевых, интеллектуальных, информационных услуг, адекватных более высокому уровню развития информационной экономики.
5. *Экологизация потребления* предполагает ориентацию потребителей на природо- и ресурсосберегающее потребление, бережное отношение к окружающей среде, сокращение отходов потребления, что находит свое проявление в этическом потреблении.
6. *Эстетизация потребления* заключается в творческом подходе к выбору набора потребительских благ, стиранию границ между искусством и повседневной жизнью и находит свое выражение в креативном потреблении
7. Развитие информационной экономики и активное распространение ИКТ приводит к *виртуализации потребления*. Интеграция традиционных рынков в информационно-сетевую среду, появление новых видов информационно-ориентированных транзакций для потребителей способствует развитию виртуального потребления. Возникают новые способы (режимы) потребления в сетевой экономике – он-лайн (в сети в режиме реального времени) и офф-лайн (вне сети, но с помощью информационных технологий).
8. Фирмы, работающие в потребительском сегменте и стремящиеся быть конкурентоспособными, должны внедрять новые технологии и разрабатывать меры, способствующие более полному удовлетворению потребительского спроса:
 - интенсивно развивать рынок сетевых благ, ИКТ-товаров, онлайн и офлайн услуг, креативных благ
 - активно использовать возможности социальных и электронных сетей стремиться к развитию сайтов, чатов и других электронных ресурсов;
 - способствовать развитию просьюмерских сообществ, налаживание прямых связей потребитель-производитель.
 - внедрять пиринговые модели - производство на равных, новая модель инноваций и создания ценности
 - применять методы краудсорсинга, т.е. привлекать к работе над проектами создания товаров неоплачиваемых любителей в свободное время, использовать «коллективный разум» и труд добровольцев для различных полезных целей.

ГЛАВА V. ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ МНОГОФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ

5.1. Теоретическое обоснование потребительской функции: канонические и современные модели

Потребители играют важную роль в экономике страны. Потребительские расходы домохозяйств составляют половину ВВП, колебания в совокупном потреблении являются важнейшими элементами подъемов и спадов в экономике. Размер сбережений является ключевым параметром экономического роста, определяющим устойчивый уровень капиталовооруженности и, следовательно, в будущем экономическое благосостояние общества. На микроуровне отдельного домашнего хозяйства решение о выборе модели потребления влияет на его благосостояние в будущем. На макроэкономическом уровне синергетический эффект решений домохозяйств относительно объема потребления и сбережений позволяет определить темп роста экономики, объем выпуска и уровень занятости.

В попытке определить закономерности движения эффективного спроса и прироста национального дохода, исследованы многочисленными факторы, влияющие на решение домохозяйств о потреблении и сбережении.

Дж.Кейнс находит, что наиболее мощным по силе воздействия является *совокупный располагаемый доход*³⁸⁹. Согласно кейнсианской гипотезе «абсолютного» дохода, при анализе причинно-следственных зависимостей роль текущего дохода определяется, прежде всего, психологическим влиянием величины объема на размеры личного потребления и сбережения. Если уровень текущего дохода ниже некоторого среднемедианного уровня, то домохозяйства полностью направляют доход на потребление. Человек привыкает к определенному уровню жизни, поэтому, получив дополнительный доход, первое время не знает, как его употребить, и увеличивает сбережения. В дальнейшем, если возросший уровень дохода сохраняется, то потребление приходит в соответствие с новым уровнем, но непропорционально доходу, так как сбережения увеличиваются с ростом дохода более высокими темпами. При уменьшении дохода зависимость сохраняется: стремясь поддержать привычный уровень жизни, домохозяйства, в первую очередь, сокращают сбережения.

Функциональную зависимость между уровнем текущего дохода и его частями Дж.Кейнс объясняет наличием «основного психологического закона», суть которого сводится к тому, что люди склонны увеличивать свое потребление, но не в меру роста дохода, а в меньшей степени³⁹⁰. Согласно этому закону, прирост личного потребления считается устойчивой

³⁸⁹ См.: Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Гл. 13.- М.: Прогресс, 1978.

³⁹⁰ См.: Кейнс Дж. М. Указ. соч. С.90.

функцией прироста дохода. Обычно предельная склонность к потреблению (*MPC*) представляет собой величину, хотя и устойчивую, но меньше единицы. При условии, что весь прирост дохода должен поглощаться, величиной, дополняющей предельную склонность к потреблению до единицы, является предельная склонность к сбережению (*MPS*). Эти показатели имеют важное практическое значение, так как отражают намерения домохозяйств относительно распределения текущего располагаемого дохода в будущем периоде. Анализ этих показателей позволяет прогнозировать тенденции в экономическом поведении домохозяйств и корректировать его в нужном направлении.

Впоследствии проблема моделирования функции потребления получает широкое распространение в исследованиях других ученых, которые утверждают, что существует прочная связь между доходом, потреблением и сбережением, и никакая другая переменная не имеет существенного значения для определения последних. Однако, дискуссионным остается вопрос, уровень какого дохода считать основной детерминантой в модели потребительского поведения домохозяйств или модели функции потребления (табл.5- 1).

В экономической теории потребления наибольшее распространение получили канонические модели межвременного выбора Фишера, гипотеза перманентного дохода Фридмана и модель жизненного цикла сбережений Модильяни, которые решают задачи оптимизации потребления в течение индивидуальной жизни. Исходными предпосылками построения неоклассической модели функции потребления считаются следующие:

- рациональность как стремление получить выгоду с минимальными издержками;
- продуктивность как возможность повышать эффективность своей деятельности, полноценно участвовать в процессе формирования и распределения дохода;
- равенство как изначальное право иметь равные возможности по использованию собственного дохода, не обязательно предполагающее равенство конечных результатов;
- расширение возможностей как повышение ответственности людей за свое экономическое поведение;
- всеобщность применения рыночных оценок поведения субъектов;
- сочетание постулата о неизменности человеческой природы (человек от природы своекорыстен, осмотрителен и благодушен) и зависимости текущих решений от внешних условий.

Теоретические модели функции потребления

Основные подходы к изучению функции потребления	Содержание моделей (функция потребления)
Модель «Абсолютного дохода» Дж. Кейнса	$Y_t = C_t + S_t$, где t - один и тот же период для всех переменных $C = a + bY_t$ - функция потребления, где b – МРС или предельная склонность к потреблению
Теория циклических изменений функции потребления Э.Хансена и Р.Харрода ³⁹¹	Фаза цикла устойчивая – C изменяется в прямой пропорции к Y , Фаза цикла разворачивается скачкообразно – C колеблется $<$, чем Y
Модель временного тренда Смитизиса, Ливингстона, Мосака ³⁹²	$C = f(Y, t)$
Предшествующего дохода Робертсона ³⁹³	$C = f(Y_{t-1})$
Относительного дохода Дж. Дьюзенбери ³⁹⁴ и «пикового» дохода Т. Девиса	$C_t = f(\max Y_o)$
Модель распределения доходов Н.Калдора	$Y = Z + P$, где Z - заработная плата, P - прибыль, отсюда $C = f^*(C_z Z + C_w P)$
Потребительского стандарта Т.Брауна ³⁹⁵	$C = f(Cst)$, где Cst – потребительский стандарт
Модель «распределительного лага» Л.Клейна ³⁹⁶	$C_t = a_0(1-\lambda) + a Y_{t-1} + \lambda C_{t-1}$, где a_0 и a – константы, λ - веса домохозяйств
Межвременного выбора И.Фишера ³⁹⁷	$C = f(Y_1 + [Y_2 / (1+r)])$, где r - реальная ставка процента
«Перманентного» дохода М.Фридмана ³⁹⁸	$Y = Y^p + Y^t$, где Y^p – постоянный доход, Y^t – временный доход, тогда $C = \alpha Y^p$, где α - имеет постоянное значение

³⁹¹ : Харрод Р. К теории экономической динамики. М., 1959; Хансен А. Экономические циклы и национальный доход. - М., 1959.

³⁹² Smithies A., Livingston S., Mosak J. Forecasting Postwar Demand: I, II, and III // Econometrica 13. 1945. №1. P.1-37.

³⁹³ Robertson P.H. Essay in Monetary Theory.- P.S. King and Son. Ltd. London, 1940.

³⁹⁴ Duesenberry J.S. Income, Employment and Public Policy. W.W. Norton and Co, 1948; Income, saving and the theory of consumer behavior. -Cambridge, 1949. P.114-116.

³⁹⁵ Бодкин Р. Указ. соч., С.138.

³⁹⁶ Архитектор макроэкономики. Библ. эконом. спецкурсов. - Ростов н/Д., 1997. Вып.1. С.168; Бодкин Р. Кейнсианские эконометрические концепции: потребительские и инвестиционные функции / Современная экономическая мысль/ Пер. с англ. - М., 1981. С.133.

³⁹⁷ Fisher I. A The Nature of Capital and Income.. - N.Y, 1932

³⁹⁸ Friedman M. A theory of the consumption function. -Princeton, 1957.

«Жизненного цикла» Модильяни-Андо-Брамберга ³⁹⁹	Индивидуальная функция $C=(1/t)W+(R/t)Y$, где W – богатство Совокупная функция $C=\alpha W+\beta Y$, где α - предельная склонность к потреблению по накопленному богатству, β - предельная склонность к потреблению по доходу
Гипотеза двойного решения Р.Клауэра ⁴⁰⁰	$C = C(Y, M/P)$, где $Y = \Pi + (w/P) L$ -реальный доход, M/P – запас реальных кассовых остатков
Случайного блуждания Р.Холла ⁴⁰¹	$C_t = C_{t-1} + e_t$, где e_t – случайная величина

В настоящее время в западной науке активно развивается инструментальное направление экономики – *микро- и макроэконометрика*⁴⁰². Современные макроэконометрические модели⁴⁰³ потребления основаны на микроэкономическом фундировании динамических макромоделей рынка благ. Особенностью моделирования и прогнозирования является подход HADSQE, где используются: 1) гетерогенные агенты⁴⁰⁴, 2) метод динамического программирования, основанный на методах вариации и анализе предельных величин, 3) модель общего равновесия. Метод динамического программирования обладает следующими достоинствами: *универсальность*, применим ко многим моделям экономического поведения агентов; *мощность*, за счет использования числовых методов и количественных связей; *интерпретируемость*, позволяет упростить понимание формулировок и выводов из моделей.

³⁹⁹ Modigliani F. Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations // American Economic Review . 1976. № 6. P. 297-313.

⁴⁰⁰ Clower R. The Keynesian Counter-Revolution: A Theoretical Appraisal / The Theory of Interest Rates. - London, 1965

⁴⁰¹ Hall K. Stochastic Implications of the Life Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence// Journal of Political Economy 86. 1978, p. 971-987.

⁴⁰² Летний семинар МГУ, проводимый на экономическом факультете в июне 2013 года, посвящен именно изучению современных макроэконометрических моделей.

⁴⁰³ *Макроэконометрическая модель* – это система уравнений, которая описывает функционирование экономики математическими методами, которые устанавливают устойчивые связи между переменными экономико-математическими величинами

⁴⁰⁴ Гетерогенность потребителей обусловлена следующими параметрическими показателями, которые различаются у разных групп:

- 1) Активы (ликвидные/неликвидные, номинальные/реальные);
- 2) Доход
- 3) Образование и навыки
- 4) Род занятий
- 5) Возраст, пол, семейное положение, состояние здоровья
- 6) Предпочтения
- 7) Информация / ожидания
- 8) Страхование/ сети/ культура

В рамках данного подхода наибольший интерес с точки зрения моделирования потребления вызывает модель перекрывающихся поколений (*OLG, overlapping generations model*). Самуэльсон и Даймонд (1965). Положительным отличием данной модели от предыдущих работ стало исследование и моделирование поведения гетерогенных агентов и структуры населения с перекрывающимися поколениями.

В модели OLG⁴⁰⁵ существуют две большие группы экономических агентов – молодые, вступающие на рынок труда, и старые, выходящие на пенсию, функции полезности которых не совпадают. Предполагается, что в первом периоде молодые работники выходят на рынок и направляют трудовой доход на потребление и сбережения, которые образуют совокупный капитал в следующем периоде. Пожилые ссужают капитал молодым, доход от которого полностью тратят на потребление. Отсюда, домохозяйства с конечным горизонтом планирования принимают несогласованные решения о выборе нормы сбережения, что приводит экономику к динамической неэффективности. На основе модели доказывается, что устранение динамической неэффективности возможно с помощью активной долговой политики и справедливой системы социального страхования, призванных увеличить потребление и общественное благосостояние в стационарном состоянии.

Современный класс моделей потребления построен в рамках общего равновесия с экзогенными и эндогенными неполными рынками, углубляют теоретические конструкции за счет дополнительных предпосылок и ограничений. Последнее десятилетие наибольшую известность приобрели следующие модели потребления.

*Модель самострахования (self-insurance) Аягари (1994)*⁴⁰⁶, основанная на предпосылке индивидуальной неопределенности. Изучив статистические данные, автор установил, что существуют серьезные различия между совокупными и индивидуальными данными, в частности, индивидуальные доходы, потребление, сбережения и богатство в течение жизненного цикла человека подвержены гораздо более сильным колебаниям, чем среднестатистические показатели по экономике, что усиливает индивидуальную неопределенность. С целью минимизации рисков и последствий шоков домохозяйствам, в основном получающих трудовой доход, рекомендуется применять инструменты самострахования, ориентированные на приобретение безрисковых (высоколиквидных) активов и накопление сбережений по мотиву предосторожности, так как в будущем могут возникнуть ограничения по заимствованию. Чем выше неопределенность трудовых доходов, тем больше необходимо сберегать денежных

⁴⁰⁵ Diamond P. National Debt in a Neoclassic Growth Model // American Economic Review. - 1965. – Vol. 55.- №5.- pp. 1126-1150.

⁴⁰⁶ Aiyagari S.R. Uninsured Idiosyncratic Risk and Aggregate Saving // Quarterly Journal of Economics. - 1994.- Vol. 10. - pp. 659-684.

средств. Таким образом, неопределенность в отношении будущих доходов уменьшает рост потребления и повышает сбережения из предосторожности.

Ряд экономистов видят в проблеме рациирования кредита много барьеров для развития экономики. В противовес разработана *модель кредитных циклов (credit cycles) Кийотаки-Мура (1997)*,⁴⁰⁷ основанная на предпосылке, что эндогенные ограничения по заимствованию играют ключевую роль в распределении доходов.. Суть данной модели сводится к следующему: потрясения в экономике усиливают кредитные ограничения (credit squeezes), что снижает совокупный спрос и приводит к большему колебанию выпуска. Заемщики должны владеть достаточным залоговым капиталом для погашения задолженности. Во время кризиса и последующей рецессии стоимость залоговых активов обесценивается, доходы от капитала падают, не обеспечивая будущих доходов, что сдерживает кредитные займы. Следовательно, во избежание такой ситуации требуется не снижение объемов кредитования, а увеличение залогового обеспечения выданных кредитов. На основе разработки дизайна механизмов⁴⁰⁸ авторы находят, что наилучшее сочетание способов для решения поставленной задачи заключается в следующем:

- 1) кредиты должны быть обеспечены более ценными активами, которым является земля, во-первых, количество земли фиксировано, что не снижает её стоимости со временем, во-вторых, выступает фактором производства, в-третьих, должна служить залогом за дома при ипотечном кредитовании;
- 2) номинальные контракты обязательны для исполнения всеми участниками кредитных отношений.

В противном случае, в депрессивной экономике кредиторы не могут заставить заемщиков оплатить долги, если они ничем не обеспечены. Отсюда, динамическое взаимодействие кредитных лимитов и цен на активы оказываются мощнейшим механизмом передачи шоков и генерируют стойкие колебания выпуска продукции.

*Модель Круселла-Смита (1998)*⁴⁰⁹ представляет собой калиброванную версию стохастической модели роста с частичным страхованием рисков и *агрегированной* неопределенностью. Предпосылки модели:

⁴⁰⁷ Kiyotaki N., Moore J. Credit Cycles // Journal of Political Economy. 1997. - Vol. 105 (2) . – pp. 211-248

⁴⁰⁸ Дизайн механизмов - это обратное проектирование в экономике (введено Э.Маскиным)

⁴⁰⁹ Krusell P., Smit A. Income and Wealth Heterogeneity in the Macroeconomics // Journal of Political Economy. 1998. - Vol. 106 (5) .- pp. 867-896: Krusell P., Smit A. Quantitative macroeconomic model with heterogeneous agents, in Advance in Economics and Econometrics / Theory and Applications, Ninth World Congress, Econometric Society Monographs ed. by R Brundell, W. Newey and T.Persson. - N.Y., 2006/

- Сбережения по предостороженности позволяют частично страховать от вероятных потрясений и рисков (невозможно только для очень бедных);
- По причине отсутствия полной страховки, модель генерирует эндогенное распределение богатства через потребление.

В данном случае стандартная макромоделю детерминации потребления расширяется за счет включения гетерогенности в доходах и богатстве. Поставленная задача исследовать взаимодействие между распределением богатства и макроэкономическими агрегатами придает ей особую актуальность в современных условиях. В результате эмпирического тестирования обнаружилось, что экономика с неполными рынками и гетерогенными агентами ведет почти идентично экономике с полными рынками и однородными агентами, за исключением SS (стационарного состояния), где K (капитал) немного выше на неполных рынках. Отсюда, авторы приходят к весьма дискуссионным выводам: во-первых, текущее распределение богатства между домохозяйствами не имеет существенного значения для макроэкономической динамики спроса; во-вторых, в этой связи для целей прогнозирования будущих макропоказателей достаточно отслеживать среднее богатство вместо его распределения. Однако многие исследователи не разделяют выводов авторов модели. Так, американские ученые Крюгер Д. и Пери Ф.⁴¹⁰, на основе эмпирических данных доказывают, что неравенство в уровнях дохода приведет к неравенству потребления.

В оценке данных моделей О.Бланшар и С.Фишер категоричны, априори утверждают, что существующие макромоделю фрагментарны и эклектичны, что не позволяет их использовать для прикладного макроанализа и прогнозирования⁴¹¹. По мнению Б.Е. Бродского современные макроэкономические модели рынка благ недостаточно отражают экономическую реальность, в связи с чем не могут претендовать на расширение неоклассической и кейнсианской теории. Парадокс моделей заключается в сочетании «формальной изошренности» с «методологической элементарностью, зарывающей путь к содержательным обобщениям»⁴¹². В этой связи, реальные экономические процессы, мировой кризис или опыт переходных экономик, не поддаются теоретическому анализу на основе известных макроэкономических моделей.

С позиций Дж.Акелрофа и Р.Шиллера функционирование экономики и эффективного управления важно объяснить с учетом психологических особенностей человеческого

⁴¹⁰ *Krueger D., Perri F. Does income inequality lead to consumption inequality? Evidence and theory // The Review of Economic Studies. – 2005. - vol. 73 (1). - pp.163-193, Fernandez-Villaverde J., Krueger D. Consumption over the life cycle: Facts from consumer expenditure survey data //The Review of Economics and Statistics. – 2007. - Vol. 89 (3) - pp. 552-565.*

⁴¹¹ *Blanchard o., Fisher S. Lectures on Macroeconomics. - Cambridge: MIT Press, 1989.*

⁴¹² *Бродский Б.Е. Макроэкономика: продвинутый уровень. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. – с.197.*

поведения: перемены в чувствах, впечатлениях и настроениях.. Экономическая теория без учета субъективных факторов и иррационального начала вводит в заблуждение. Иррациональное начало (*Spiritas Animalis*) – духовная энергия и жизненная сила (латынь) - руководство неэкономическими мотивами, нерациональное поведение, упорство в заблуждениях, спонтанное решимость действовать, неупорядоченность, нелогичность⁴¹³.. Иррациональность, как неотъемлемая черта потребительского поведения, обязательно должно учитываться при моделировании. Отсюда, причины кризиса: устоявшиеся представления, изменение настроений, подходов к бизнесу, утрата доверия, чувства справедливости, игнорирование роли злоупотреблений и продажи некачественных продуктов, не придают значения историям, интерпетирующим экономические механизмы.

Основатели поведенческой макроэкономики отмечают, что в настоящее время ученые научились моделировать поведение только на основе экономических мотивов и рациональных реакций экономических агентов. Однако поведение экономики следует объяснять из следующей логической модели (табл. 5-3)

Таблица 5-3

Развитие исследований в области поведенческой макроэкономики

Экономические мотивы Рациональные реакции	Неэкономические мотивы Рациональные реакции ?
Экономические мотивы Иррациональные реакции ?	Неэкономические мотивы Иррациональные реакции ?

Проверка, интерпретация экономических механизмов для любого экономического цикла, *повсеместность* применения для разных стран – добавляет новое измерение существующим моделям, которые не способны объяснить эйфорию, сменяющуюся пессимизмом⁴¹⁴. Экономическая действительность включает множество психологических переменных, отразить которые с помощью традиционных моделей невозможно⁴¹⁵. Доверие, честность, оптимизм, иррациональность, мотивы повеления, оппортунизм, риск, вирусы и тд. – предмет экономической психологии, которая обеспечивает эффективное управление экономическими системами.

В современном мире трансформируются человеческие потребности, мотивация, характер труда и нагрузки, увеличивается стоимость социальных ресурсов. Мыслительные способности смещаются к более высокому содержательному уровню: данные - информация -

⁴¹³ 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. - С.25

⁴¹⁴ Там же. С.33

⁴¹⁵ Соколинский В.М. Психологические основы экономики. - М.ЮНИТИ, 1999. – с. 9.

знания⁴¹⁶. Возникает новый образ жизни, сопряженный с негативными моментами: когнитивный диссонанс, психологические девиации, мотивационные сдвиги, апассионарность и т.д. Как установил Салвенди Г. высокие уровни мотивации приводят к умственным перегрузкам и снижают производительность труда. Для каждого задания и каждого человека существует оптимальный уровень мотивации, дающий максимальную производительность. Психологические установки экономического поведения имеют инерцию, изменить их быстро не возможно, наблюдается асимметрия поведения – плохое прирастает быстро, а культурное прививается медленно.

Для объяснения экспериментальных результатов разработан ряд теоретических моделей. Однако, по мнению Автономова В. ни одна из меняющихся моделей не позволяет реалистично описать весь массив экспериментальных результатов. Вместе с тем, они объясняют и позволяют предсказать ряд важных закономерностей человеческого поведения: существование неполных контрактов, взаимоотношения потребителей и продавцов, построение оптимальных мотивационных схем, строение механизма рациионирования и перераспределения доходов, присущее рациональное неэгоистическое поведение (альтруизм)⁴¹⁷.

Под *моделью потребления домохозяйств* понимаются формы экономического поведения потребителей, отражающие закономерности эффективного использования денежных средств, реализующееся через изменение платежеспособного спроса на товары и услуги и предложение сбережений.

Исследование особенностей современной модели потребления необходимо начать с микроэкономического анализа потребительского поведения. Домашние хозяйства получают доход (Y), как собственники факторов производства, платят налоги (T), затем принимают решения о расходовании средств на потребление (C) и формировании сбережений (S): тогда $Y - T = C + S$, где $Y - T = Yd$ - располагаемый доход.

Согласно каноническим теориям потребления основными экономическими факторами микроуровня (первого порядка), наиболее мощными по силе воздействия на потребление являются:

- Доход (гипотеза текущего, перманентного и ожидаемого дохода)
- Потребительское богатство
- Ставка процента

⁴¹⁶ Сухарев О.С. Методология и возможности экономической науки. – М.ИНФРА-М, 2013. – с.228

⁴¹⁷ Автономов В. Современные подходы к экономическому моделированию чувство справедливости // Экономический журнал ВШЭ.- 2006 – № 4.- С. 621(620-635)

Факторы второго порядка влияют на потребление через воздействие на факторы первого порядка, к ним можно отнести:

- Налоги и трансферты
- Инфляция
- Безработица
- Ожидания

Согласно каноническим теориям функция полезности индивида, живущего в периоды – T , представляет собой следующий вид:

$$U = \sum_{i=1}^T u(C_t), \quad u(\bullet) > 0,$$

где мгновенная функции полезности $u(\bullet)$ и C_t - потребление в период t .

Домохозяйство имеет первоначальное богатство W_0 и трудовые доходы Y_1, Y_2, \dots, Y_t в T -периоды его жизни. Человек может накопить или занять под процентную ставку r , с учетом того, что при любой задолженности проценты должны быть погашены в конечном периоде.

Для выявления закономерностей динамики потребления важно исследовать экономические процессы в течение жизненного цикла. На основе модели жизненного цикла строятся некоторые прогнозы. В частности, прогнозируются изменения размеров сбережений в течение жизни человека. Если в молодости, как правило, человек не имеет существенных накоплений, то за годы трудовой деятельности человека делает необходимые сбережения, которые тратятся после выхода на пенсию (рис.5-3).

Денежные
единицы

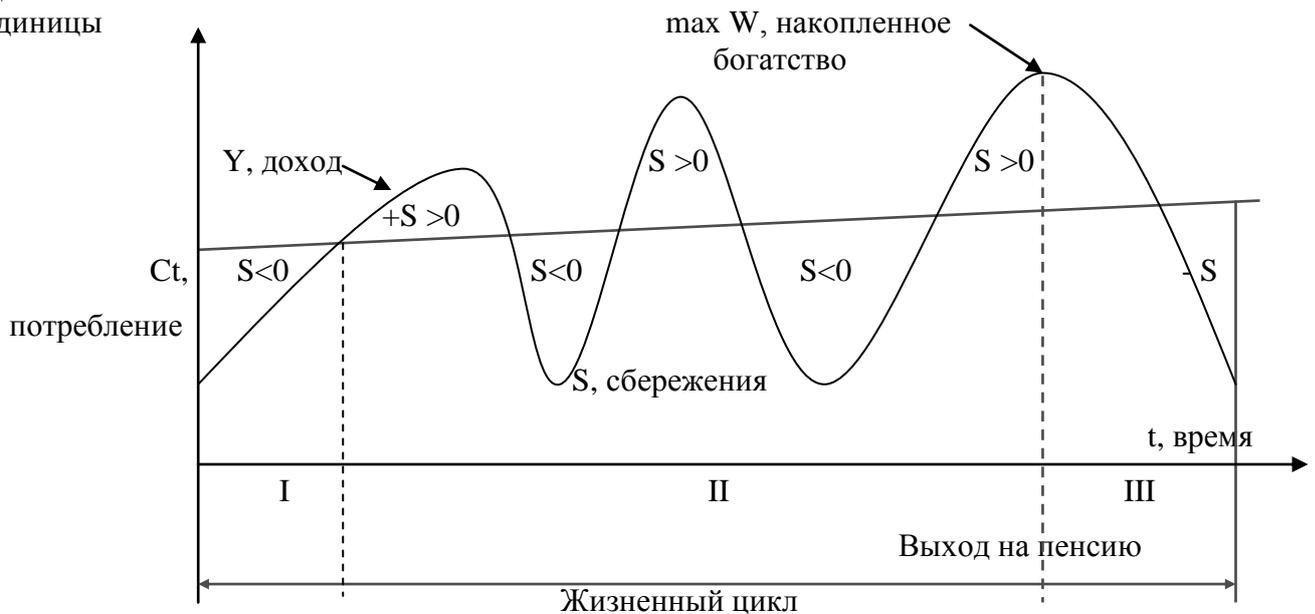


Рис.5-3. Изменение во времени дохода, потребления и накопленного богатства

По стандартной модели жизненного цикла экономически активную деятельность человека можно разделить на три больших периода: I – молодость; II – зрелость, III – старость.

- В первом периоде – доходы низкие, потребители вынуждены заимствовать для поддержания потребления на достаточном уровне, в соответствии с ожидаемым потоком будущих доходов.
- Во втором периоде – доходы возрастают, за счет чего покрываются сделанные ранее займы и накапливаются сбережения для более поздних периодов.
- В третьем периоде – потребители выходят на пенсию и полностью тратят накопленные сбережения

На рис. 5-3 показана взаимосвязь дохода, потребления и накопленного богатства на протяжении всей жизни человека. Повышательный наклон кривой потребления C_t в течение жизненного цикла определяется количественным и качественным возрастанием потребностей индивида с возрастом, что описывается всеобщим экономическим законом возвышения потребностей. Однако из графика видно, что домашние хозяйства могут иметь разные функции полезности для разных периодов жизни, следовательно, использовать разные модели потребления в течение активной фазы трудовой деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла, социально-демографических характеристик, уровня дохода, благосостояния и условий социально-экономического развития.

В рыночной экономике доходы подвержены колебаниям во времени. Цель домохозяйств – поддержать стабильный уровень потребления на протяжении всего жизненного цикла. Механизмами нивелирования потребления выступают сбережения и займы. Экономисты трактуют понятие сбережений довольно широко. Считается, что выплата долгов домохозяйствами также относится к процессу сбережения, поскольку выплачиваемые при погашении долга денежные средства не идут ни на потребление, ни на уплату налогов⁴¹⁸. Таким образом, отдельное домохозяйство использует сбережения и займы для выравнивания потребления во времени и обеспечения платежеспособного спроса.

В период перехода к рынку российские домохозяйства столкнулись с высокой неопределенностью доходов, что повлияло на потребительское поведение. Согласно теории случайного блуждания⁴¹⁹ изменения в потреблении случайны и не предсказуемы:

$$\Delta C = \varepsilon, \text{ где } \varepsilon - \text{ фактор неопределенности.}$$

В соответствии с традиционной теорией $C = a + b YD$, следовательно изменения

$$\Delta C_{\text{трад.}} = b \Delta YD.$$

⁴¹⁸ Долан Э., Линдсей Д. Макроэкономика / Пер. с англ. В.Лукашевича. – СПб., 1997. – с. 32

⁴¹⁹ Hall R. Stochastic Implications of the Life Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence// Journal of Political Economy .- 1978. – № 86.. - p. 971-987.

Если в экономике часть домохозяйств (λ) действует согласно традиционной модели потребления, а оставшаяся доля $(1-\lambda)$ – согласно теории случайного блуждания, то тогда общее изменение потребления в экономике можно выразить следующей формулой:

$$\Delta C = \Delta \lambda \text{ Страд.} + (1-\lambda) \Delta C = \lambda b \Delta YD + (1-\lambda) \varepsilon$$

На основе сопоставления баланса доходов и расходов домохозяйства можно выделить три основных модели потребления:

- 1) *Подходная модель потребления*: при условии, что весь доход потребляется $C_t = Y_t$, сбережения не осуществляются и равны $S=0$
- 2) *Сберегательная(накопительная) модель потребления*: при условии, что потребление текущего периода меньше дохода $C_t < Y_t$, то сбережения положительны $S > 0$.
- 3) *Кредитная модель потребления*: при условии, что потребление текущего периода больше дохода $C_t > Y_t$, то сбережения отрицательны $S < 0$. В таком случае образуется дефицит бюджета домохозяйства: $-S = D$.

Механизм функционирования моделей потребления можно объяснить на основе теории межвременного замещения. Согласно модели рациональные субъекты делают межвременной выбор между потреблением в настоящем и потреблением в будущем (сбережением), принимая во внимание различные периоды времени и уровень ожидаемых доходов. Домашние хозяйства стремятся к повышению своего потребления, но вынуждены исходить своих возможностей, ограниченных уровнем их доходов или бюджетным ограничением.

Под *подходной моделью потребления* (IMC – *Income Model of Consumption*) понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребительские расходы тратится весь полученный в текущем периоде доход, и не имеется возможности откладывать сбережения и/или взять займы.

Домашние хозяйства, которые не могут занимать деньги и не имеют ценных активов, сталкиваются с разного рода ограничениями, то есть не могут тратить больше своего полученного в текущем периоде дохода. Ограничение по ликвидности представляет собой неспособность индивидов занимать денежные средства под будущие доходы, что обусловлено низкой платежеспособностью домохозяйства-заемщика, недоверием со стороны банка-кредитора в возможность возврата долгов Потребители, имеющие низкий уровень дохода, для которых потребительский кредит ограничен, тратят весь текущий доход независимо от своих ожиданий относительно будущего. Как правило, у таких домохозяйств существуют дополнительные ограничения по стимулам, то есть нет способа сберегать средства.. Для данных домохозяйств будет характерна кейнсианская функция потребления, связывающая текущее потребление с величиной текущего дохода: $C = c + b(Y-T)$. Предельная склонность к потреблению у таких домохозяйств практически равна 1.

Согласно результатам исследования Ф.Хаяши ограничения по ликвидности испытывают 20% американских семей. При этом установлено, что процент домохозяйств, для которых ограничения существенны выше среди молодежи, чем для пожилых. По расчетам ученого, ограничение ликвидности сокращает потребление приблизительно на 5,5% по сравнению с уровнем, желательным в рамках модели жизненного цикла⁴²⁰. Отсюда, Дж.Сакс и Ф.Ларрен делают вывод, что многопериодные модели потребления, основанные на предположении об отсутствии ограничений по ликвидности, вызывают множество серьезных нареканий⁴²¹,

Эмпирические исследования автора показывают, что примерно треть российского населения сталкивается с ограничением по ликвидности. Для этой группы потребление зависит от текущего располагаемого дохода, а не от среднего уровня благосостояния в течение всей жизни. В реальной жизни к таким домохозяйствам можно отнести:

- Домохозяйства безработных
- Домохозяйства неработающих пенсионеров
- Домохозяйства отдельно живущих студентов и учащихся
- Домохозяйства малообеспеченных и многодетных семей.
- Домохозяйства с неполными семьями, где высока иждивенческая нагрузка

В нашей стране ограничения по ликвидности в равной степени распространяется на все вышеперечисленные группы, что связано с низким уровнем их дохода и недостаточным залоговым обеспечением кредита (за исключением ипотеки, где есть возрастные рамки - не старше 65 лет). Для них увеличение потребления связано в большинстве случаев с мерами социальной политики и повышением доходов в виде трансфертов от государства. Особую роль в механизме выравнивания потребления домохозяйств играют межпоколенные трансферты, российская специфика которых заключается в том, что они имеют нисходящее направление, т.е. в основном от старших поколений к младшим.

При этом часть домохозяйств, даже не имея ограничений по ликвидности, рационализируют свои потребительские расходы и используют подходящую модель, ориентированную на собственные доходы.

Под *сберегательной моделью потребления (SMC – saving model of consumption)* понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребительские расходы тратится меньше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся профицит капитализируется в виде финансовых активов и способствует накоплению экономического благосостояния.

⁴²⁰ Hayashi F. The Permanent Income Hypothesis: Estimation and Testing by Instrumental Variables // Journal Politic Economy.- October.- 1982

⁴²¹ Сакс Дж, Ларрен Ф. Макроэкономика: глобальный подход. – М.: «Дело», 1996. – с. 131.

Считается, что структура доходов не является важным для потребления, но имеет решающее значение для сбережения⁴²². Индивидуальные сбережения (s_t) в период t представляют собой разницу между доходом и потреблением:

$$S_t = Y_t - C_t = (Y_t - \frac{1}{T} \sum_{i=1}^T Y_i) - \frac{1}{T} W_0$$

Отсюда, сбережение наиболее интенсивно, когда размер доходов выше относительно его среднего значения. Аналогичным образом, если текущий доход меньше постоянного дохода, сбережения, являются отрицательными.

Развитие финансовых рынков упрощает задачу преодоления бюджетного дефицита. При наличии процентной ставки больше нуля, потребление и доход дисконтируются на величину $1+r$. Это означает, что существование процентной ставки делает будущее потребление менее ценным по сравнению с настоящим: $U(C_1) > U(C_2)$. Иными словами, замена текущего потребления на равнозначное в будущем не выгодна для экономического агента.

Когда процентная ставка положительна, бюджетное ограничение для отдельного домохозяйства заключается в том, что потребление в течение жизни не может превышать начального богатства плюс дисконтированная стоимость трудовых доходов.

$$\sum_{t=1}^T \frac{1}{(1+r)^t} C_t \leq W_0 + \sum_{t=1}^T \frac{1}{(1+r)^t} Y_t,$$

Рост доходов в первом или во втором периоде сдвигает линию бюджетного ограничения вверх, что позволяет достичь более высокой кривой безразличия.

Если домохозяйство делает сбережения в период T , отдавая предпочтение будущему, то одновременно сокращается потребление текущего периода на равнозначную величину $\Delta C_1 = S_t$, чтобы увеличить потребление будущего периода на сумму дисконтированного дохода ($Y/(1+r)$), тогда $C_2 = Y_2 + Y/(1+r)$ (рис.5-4).

Сбережения являются обратной стороной потребления, они сокращают поток платежеспособного спроса в текущем периоде, при этом могут увеличить его в будущем... Под сбережениями понимается часть располагаемого дохода, остающаяся после расходов на потребление. Вместе с тем процессы потребления и сбережения находятся в диалектическом единстве, совершая постоянные взаимопереходы друг в друга: во-первых, сбережения, по сути, - не что иное, как отложенное во времени потребление, где при наступлении определенных условий происходит преобразование сбережений в потребление; во-вторых, потребительские расходы на качественное питание, образование,

⁴²² Romer D. Advanced Macroeconomics. . - Princeton : McGraw-Hill Companies, Inc. 1996- p. 332

медицинские услуги можно рассматривать как инвестиции в человеческий капитал, в этом смысле потребление приобретает накопительный характер; в-третьих, приобретение товаров длительного пользования, а также товарно-материальные запасы продуктов, подлежащих использованию в будущих периодах, следует отнести к сбережениям в натурально-вещественной форме; в-четвертых, потребление и сбережение имеют общий источник формирования – доход, в то же время сбережения могут сами выступать в качестве дополнительного источника дохода.

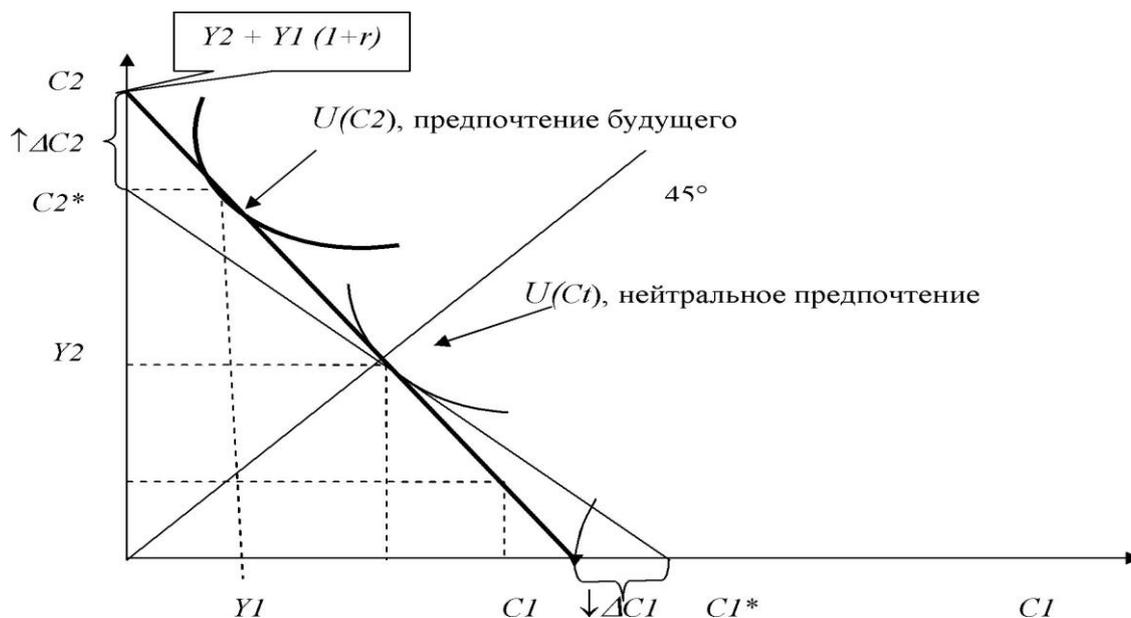


Рис. 5-4. Изменение бюджетного ограничения в модели SMC

Причины сбережений в реальной жизни многообразны. Следует различать мотивированные, сознательно сделанные, и немотивированные сбережения, образующиеся вследствие превышения платежеспособных возможностей по сравнению с уровнем сложившихся потребностей и возможностями производства. Систематическое несоответствие между платежеспособным спросом и структурой и уровнем производства товаров и услуг приводят к вынужденным сбережениям⁴²³, что особенно наблюдалось в период тотального дефицита потребительских благ.

Существуют различные мотивы сбережений, которые в общем можно свести к следующим:

- Сбережения в течение жизненного цикла для накопления благосостояния;
- Межвременное замещение настоящего и будущим потреблением
- Мотив сглаживания потребления во времени, несвязанный с риском
- Мотив предосторожности, связанный с риском

⁴²³ Мацуляк И.Д. О финансах домашних хозяйств // Финансовая экономика. – 2011. - № 5-6.- с. 5-20.

- Мотив передачи наследства

Сбережения в широком понимании противостоят массе денег, находящихся в активном обороте. За денежными потоками, образующими сбережения, скрывается широкий круг потребностей. Именно потребности в сбережениях, создавая предпосылки для их рационального образования, способствуют поступательному развитию общества, обеспечивая рациональную структуру семейного бюджета, большую свободу потребления при постоянных изменениях спроса и предложения.

Экономическая и социальная значимость сбережений домохозяйств и их финансового поведения заключается в следующем:

- Организованные сбережения домохозяйств являются источником внутренних инвестиций в национальную экономику;
- Объем, структура, уровень накопленных сбережений определяют финансовые ресурсы экономического развития;
- Аккумулированные сбережения отражают степень доверия населения к финансово-банковской системе и государству в целом;
- Выступают источником «длинных» денег, что важно для перехода на инновационный тип развития;
- Формируют резервные фонды и повышают финансовую устойчивость домохозяйств в периоды кризисов;
- Задают долгосрочные стратегии, связанные с частными инвестициями в человеческий потенциал (ключевой фактор инновационного развития);
- Способствует социальной стабильности, выполняя страховую функцию

Сберегательная модель потребления (*SMC*) имеет как положительные, так и отрицательные последствия (табл. 5-4).

Таблица 5-4

Уровень	<i>Положительные моменты</i>	<i>Отрицательные последствия</i>
Микроуровень	<ul style="list-style-type: none"> • Повышает благосостояние домохозяйств в части роста финансовых активов • Снижает риски падения доходов 	<ul style="list-style-type: none"> • Уменьшает текущую полезность потребления в настоящий момент времени
Макроуровень	<ul style="list-style-type: none"> • Способствует увеличению инвестиционных ресурсов • Позволяет нивелировать колебания в потреблении • Усиливает денежную мультипликацию, расширяя предложение денег, что способствует снижению ставки процента 	<ul style="list-style-type: none"> • Парадокс бережливости • Сокращает потребительский спрос в краткосрочном периоде • Рост неорганизованных сбережений сокращает финансовые ресурсы • Накопления в валюте способствуют замораживанию средств и оттоку капитала из страны

Под *кредитной моделью потребления* (*CrMC - credit model of consumption*) понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребление тратится больше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся дефицит покрывается за счет привлечения заемных средств. Кредит используется для обеспечения платежеспособного спроса и повышения потребления.

Уровень процентной ставки поворачивает линию бюджетного ограничения вокруг точки с координатами Y_1Y_2 против часовой стрелки (рис.5-5).

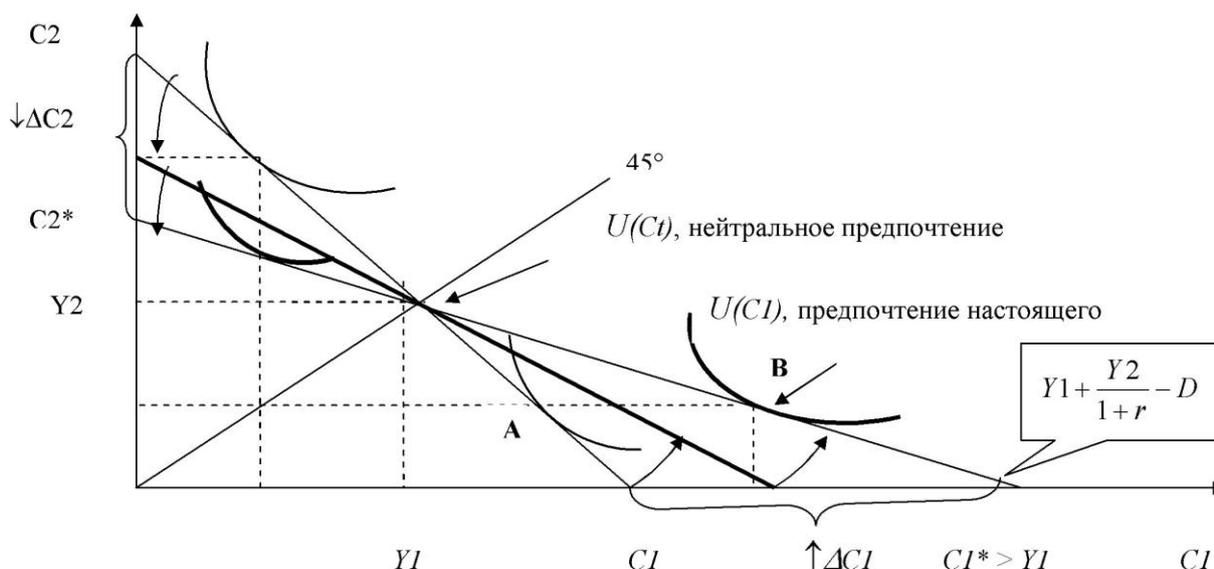


Рис. 5-5. Изменение бюджетного ограничения в модели CrMC

В текущем периоде прирост потребления (переход из точки А в точку В) обеспечивается за счет кредитных ресурсов $\uparrow \Delta C_1 = C_1^* - C_1 = -S$, при этом образуется долг D . Следовательно, во втором периоде потребление сократится на аналогичную величину (кредит Cr плюс d процентные платежи) $\downarrow \Delta C_2 = C_2 - C_2^* = D$. Таким образом, если потребитель занимает средства, он потребляет часть своего будущего дохода. Домохозяйство является *чистым заемщиком*, если величина текущего потребления систематически превышает текущий доход. Это означает, что в течение жизненного цикла домохозяйство может, как брать заемные ресурсы, так и давать в долг накопленные сбережения, но в итоге остается должником своим кредиторам ($D > S$). Поведение потребителя, выбирающего предпочтение настоящего, в теории называют «эффектом близорукости», когда экономический агент не способен полностью оценить все последствия принятого решения.

Мотивы перехода на кредитную модель потребления:

- Желание иметь товары и услуги в настоящем
- Сглаживание потребления во времени, связанное с риском
- Повышение позиционного статуса (демонстрационный эффект)

- Форс-мажорные обстоятельства
- Оплата ранее взятых кредитов (револьверные кредиты)

Кредит можно интерпретировать как увеличение потока спроса на товары и услуги реального сектора. *Сущность* кредитной модели потребления – преодоление временного лага между возникшей потребностью и моментом её удовлетворения, сокращение разрыва между дефицитом дохода и возможностью приобрести благо.

Однако кредитная модель потребления связана с риском. Для компенсации риска банки устанавливают процентную ставку по кредитам выше, чем ставка по депозитам. Причем доступность кредита для домохозяйства определяется уровнем процента. Высокая процентная ставка заставляет вернуть долг кратко выше первоначального кредита. Чем выше ставка процента, тем дороже обслуживание кредита. Учитывая, что задолженность домохозяйств погашается ежемесячно примерно равными долями в течение длительного периода времени, то долги домохозяйств становятся дополнительным налогом, который банки взимают с заемщиков на регулярной основе. Бодрийяр Ж. интерпретирует кредит как «дисциплинированный процесс вымогательства сбережений и регулирования спроса»⁴²⁴. Иными словами, наблюдается своеобразный эффект замещения, когда низкое государственное налогообложение доходов населения с лихвой компенсируется своеобразным «банковским» налогом.

В реальной жизни кредитное поведение потребителей существенно сложнее. Приобретение домохозяйствами нового жилья по ипотеке традиционно относят к инвестициям, рост которых приводит к росту совокупного спроса. При этом покупка товаров длительного пользования (автомобили, информационное имущество, сложная бытовая техника и т.д.), получение образовательных и медицинских услуг по экономическому смыслу также являются инвестиционными расходами домохозяйств, поскольку приносят им реальный доход в виде потока услуг. Например, персональный компьютер приносит владельцу поток реальных доходов в виде информационных услуг, автомобиль – транспортных услуг и т.д. Иными словами, кредит ускоряет экономический кругооборот и приносит выгоды всем участникам кредитных отношений. Вместе с тем, потребительское и ипотечное кредитование по-разному влияют на экономику⁴²⁵. Кредитная мультипликация оказывает влияние на систему, только при условии включения вновь созданных денег в реальный экономический кругооборот.

Кредитная модель потребления имеет как положительные, так и отрицательные последствия (табл. 5-5).

⁴²⁴ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М. Культурная революция: Республика. – 2006. – с.111.

⁴²⁵ Косой В. Итоги обсуждения проблем потребительского кредитования на круглом столе «Ограничивать нельзя стимулировать» - М.: Центр стратегических разработок, 2011

Таблица 5-5

Показатели	Стимулы (положительный эффект)	Ограничения (отрицательный эффект)
Микро уровень	<ul style="list-style-type: none"> • Повышает благосостояние домохозяйств в части нефинансовых активов • Максимизирует полезность потребления в текущий момент времени • Способствует увеличению. Позволяет нивелировать колебания в потреблении 	<ul style="list-style-type: none"> • Закредитованность домохозяйств • Усиление долговой нагрузки на доходы и активы • Увеличение стоимости потребления • Снижение будущего потребления • Чрезмерное потребление в настоящем • Снижение уровня личных сбережений • Уменьшает свободное время работника
Макро уровень	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирует потребительский спрос в краткосрочном периоде • Усиливает кредитную мультипликацию, расширяя предложение денег, что способствует снижению ставки кредитования 	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение нормы частных сбережений • Недостаточное инвестирование • Стимулирование импорта • Рост инфляции

В краткосрочном периоде увеличение потребительских расходов за счет кредитных ресурсов приводит к повышению потребительского спроса домохозяйств, следовательно, и совокупного спроса, что вызывает рост ВВП. Однако массовое потребление в долг дает только временный эффект и не является производительным даже среднесрочной перспективе. Долговое финансирование потребительских расходов, по сути, является скрытой формой сокращения капитала, особенно если кругооборот последнего происходит вне границ производства, что не приносит долгосрочных доходов ни кредитору, ни заемщику⁴²⁶. Отсюда, потребительские кредиты в ограниченной степени стимулируют внутреннее производство, в большей мере – импорт и инфляцию.

Таким образом, кредитная модель потребления может выступать как источником развития экономики, так и ограничителем её динамики. В связи с этим необходима постоянная диагностика *уровня долга домохозяйств* и *уровня благосостояния*, которые являются важнейшими показателями финансовой устойчивости и определяют социальные перспективы экономического развития страны.

⁴²⁶ Корнеев В.В. Поведенческие финансы и инвестирование в эксплоярной экономике. – М.: Институт эволюционной экономики. – 2012.

5.2. Эмпирическое тестирование динамических моделей потребления

Переход к рыночной экономике, экономические кризисы 1998 и 2008 гг. существенным образом отразились на экономическом поведении российских домохозяйств, трансформировали традиционные модели потребления. В докладе о развитии человеческого потенциала в РФ 2011 отмечается, что залогом успешности модернизации является широкая вовлеченность населения в процессы инвестирования и кредитования⁴²⁷.

Динамичность современной жизни приводит к активному использованию как сберегательной, так и кредитной модели потребления. Можно выделить следующие показатели, характеризующие модель SMC:

- Общий объем сбережений в экономике и его динамика
- Норма личных сбережений к ВВП
- Средняя склонность сбережению (*APS*)
- Структура сбережений домохозяйств

По данным Центрального Банка, на начало 2013 года объем денежных средств, привлеченных банками в виде депозитов физических лиц, увеличился до 14,5 трлн. руб. по сравнению с аналогичным периодом 2012 года и вырос на 40,4% (см. табл.5-6). За первый квартал текущего года суммарный объем депозитов физических лиц составил более 16,3 трлн. руб, что превышает прогнозные доходы федерального бюджета 14, 063 трлн. руб. на 2014 год⁴²⁸. Норма личных сбережений в динамике постоянно возрастает если в 2005 году она составлял 7,1% ВВП, то в 2013 году поднялась до 22,4% ВВП, по прогнозам в 2014 году - 22,1% ВВП.

Таблица 5-6

Объем привлеченных кредитными организациями вкладов (депозитов) физических лиц (в млн. руб)

Показатели	01.02.2007	01.02.2008	01.02.2009	01.02.2011	01.12.2012	01.02.2013	01.02.2014
Вклады, всего	3 930 282	5 224 542	6 217 667	8 719 187	10 031 561	14 080 086	16 260 794
В рублях	3 304 331	4 528 454	4 105 325	7 190 928	8 295 003	11 596 913	13 236 389
В валюте	625 950	696 088	2 112 341	1 528 259	1 736 558	2 483 173	3 024 405

Примечание: Составлено по данным официального сайта Центробанка России (по состоянию на 01.02.14): www.cbr.ru

⁴²⁷ Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / Под редакцией А. А. Аузана и С. Н. Бобылева. - М.: ПРООН в РФ, 2011. - с. 55

⁴²⁸ Федеральный закон № 216-ФЗ от 28 ноября 2012 года «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов»

Положительным моментом стимулирования сберегательной модели стало повышение государством суммы страхового возмещения по вкладам до 700 тыс. рублей, что оказало положительное влияние на экономическое поведение россиян. В результате после волны оттока банковских вкладов в октябре-ноябре 2008 года, последовал устойчивый рост депозитов в рублях, который вызван повышением ставок по депозитам (выше ставки рефинансирования 8,25%) и активной политикой банков в отношении сбережений населения. Абсолютный объем депозитных средств увеличился с 2003 года в 32,5 раза (рис. 5-6).

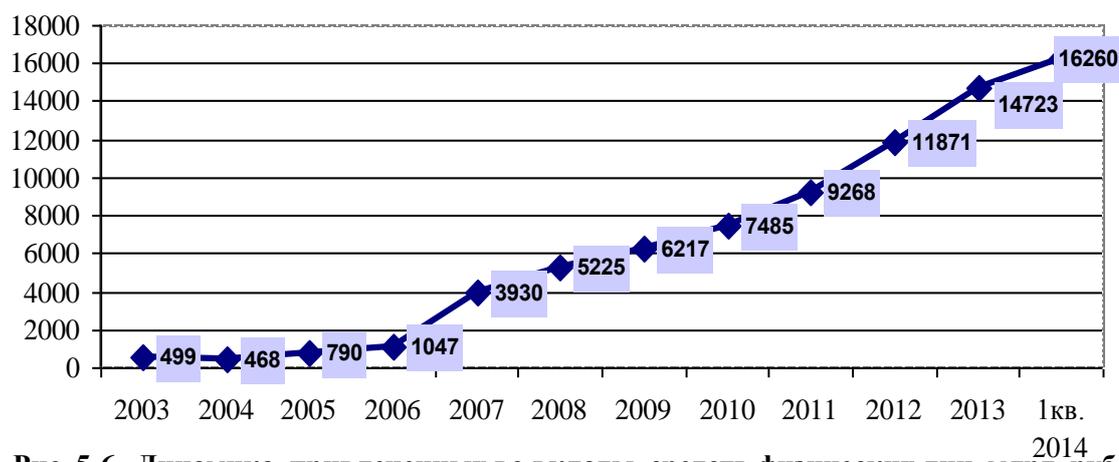


Рис. 5-6. Динамика привлеченных во вклады средств физических лиц, млрд. руб.

Резкий рост сбережений населения можно объяснить следующими причинами: Во-первых, с 2005 года активно внедряются пластиковые карты как зарплатные, в частности в бюджетном секторе, так и социальные для обслуживания стипендий, пенсий и других пособий. Остаток, неснятых средств на счетах по таким картам, можно считать в некотором смысле сбережениями или временно отложенным потребительским спросом.

Во-вторых, существенное повышение пенсии, в связи с валоризацией пенсионных прав в 2009-2010 годах, также способствовало приросту сбережений особенно в Сбербанке, где традиционно высока доля вкладчиков пенсионеров.

В-третьих, усилением неопределенности перспектив, что приводит к увеличению сбережений по мотиву предосторожности. Более того пенсии и другие виды трансфертов являются фиксированными доходами, что подвергает их инфляционному обесцениванию.

Сбережения имеют форму, предназначенную не для текущего потребления, а для хранения в таких организованных формах, как вклады в коммерческие банки, инвестиционные фонды и компании, ценные бумаги, взносы в пенсионные фонды и страховые полисы. Такие сбережения обладают рядом преимуществ по сравнению с неорганизованными (несвязанными) сбережениями в наличных рублях и валюте. Они расширяют налично-денежный оборот,

многократно используя в обращении привлеченные денежные средства, что создает предпосылки для перехода к более совершенным формам регулирования денежного оборота.

Однако показатели нормы и структуры сбережений отражают крайне противоречивые тенденции в сберегательном процессе (табл.5-7). Средняя склонность к сбережению крайне не устойчива, колебания в пределах 6 пунктов в течение года, что вызвано сильной волатильностью доходов населения..

Таблица 5-7

Структура сбережений населения РФ, за период с 2000-2012 гг. (в %)

Показатели	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Норма сбережений, % к располагаемому доходу	16	21	18	11	19	20	14	12,5
Сбережений всего, в том числе:	100	100	100	100	100	100	100	100
Вклады в банках и приобретение ценных бумаг	27,6	29,9	42,3	0	43,1	56,9	47,8	50,6
Покупка валюты	50,4	57,6	33,3	96,3	57,9	26,3	37,8	34,8
Налично-денежные сбережения	22,0	12,5	24,4	3,7	4,0	16,8	14,4	15,1

Расчитано по материалам: Социальное положение и уровень жизни населения России - М. Росстат, 2012. – с. 82: Россия в цифрах, 2013. – с. 37.

Структура сбережений также имеет стохастический характер, предпочтения населения постоянно меняются, что усиливается неопределенностью и постоянным изменением экономических условий. По данным социологических опросов⁴²⁹ наиболее предпочтительной формой хранения сбережения в форме банковских вкладов – в среднем 43%. За последнее время довольно высокой остается доля населения, предпочитающая сбережения в наличной форме, причем эта тенденция усиливается в посткризисный период в 2013 году – 17% всех сбережений. Следовательно, доверие населения к финансовому сектору снижается. Неорганизованный характер сбережений делает средства населения не доступными для экономики, сводит на нет инвестиционные возможности, и является дестабилизирующим фактором.

Анализ результатов показывает, что всего сбережения имеются у 41% населения крупных и средних городов, из них 27% откладывают денежные средства от случая к случаю, 21% - регулярно направляют часть полученных доходов на сбережения. В региональном разрезе наибольшая доля домохозяйств, имеющих накопления отмечена в Тюмени и Саратове – около 26% жителей, наименьшая доля – в Перми и Оренбурге – около 16%. Оценивая

⁴²⁹ Регулярные опросы населения проводят Центр стратегических исследований (Росгостарх), Национальное агентство финансовых исследований 9НАФИ), Фонд общественного мнения (ФОМ) по заказу Банка России

ситуацию по российским областям, максимальное количество, обладающих сбережениями отмечается в Ярославле -46%, Москве -44%, наименьшая доля наблюдается в Оренбурге -34% и в Астрахани- 29% населения⁴³⁰.

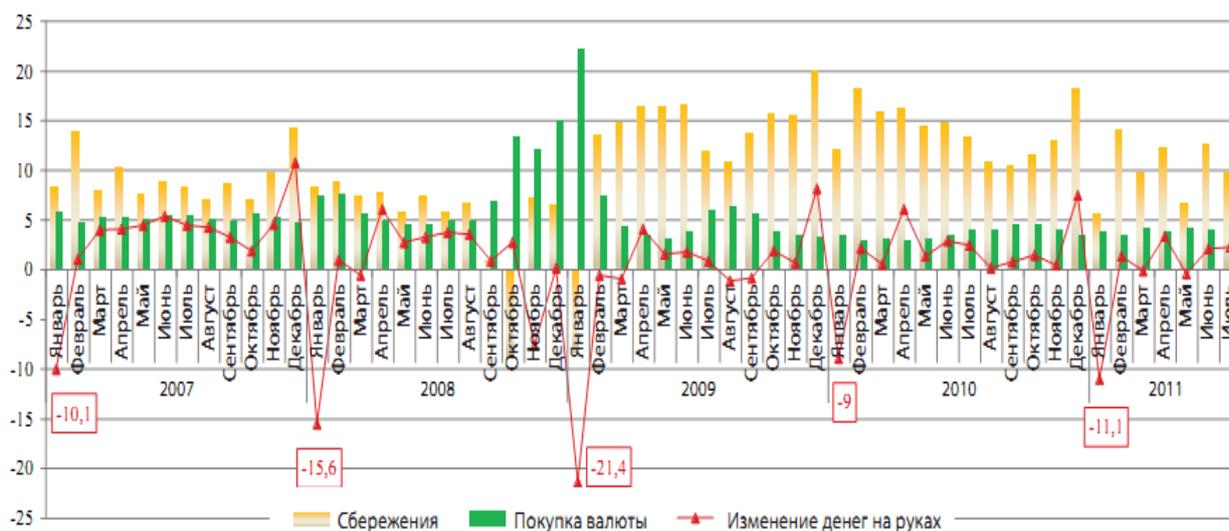


Рис 5-7. Динамика структуры сбережений домохозяйств, в %⁴³¹

Рейтинг целей сбережений меняется при переходе из одной доходно-имущественной группы в другую. В нижней группе приоритет отдается сбережениям по мотиву предосторожности, накоплениям на старость и на лечение. В верхней группе к указанным целям добавляются приоритеты в образовании детей и накопления для последующего инвестирования. Вместе с ростом уровня дохода в верхних имущественных группах возрастает доля домохозяйств, использующих сбережения в инвестиционных целях: ПИФы, накопительное страхование, недвижимость, вложения в собственный бизнес, а также увеличивается срок инвестирования, но не более 5 лет.

Приведенные средние показатели характеризуют общий потенциал сбережений населения, но об их мобильности можно судить лишь с учетом дифференциации накоплений между отдельными группами домохозяйств (табл.5-8).

Таблица 5-8

Наличие сбережений в зависимости от уровня дохода, в %

Квintельные группы населения	Имеют сбережения (S>0)	Не имеют сбережений (S≤ 0)
I (с наименьшими доходами)	19,3	80,7
II группа	40,2	59,8
III группа	55,6	44,4
IV группа	69,7	30,3
V (с наибольшими доходами)	75,7	24,3

⁴³⁰ Финансовое поведение россиян – результаты исследования./ Центр стратегических исследований www.rgs.ru/medial/CSR

⁴³¹ Благосостояние российских домохозяйств как маркер модернизационного потенциала /Доклад о человеческом развитии 2011. – с. 57

Примечание. Составлено по данным Центра стратегических исследований www.rgs.ru/medial/CSR

Прослеживается общая закономерность: с ростом доходов резко вырастает количество домохозяйств, обладающих сбережениями. В низшей доходно-имущественной группе таких примерно 19%, тогда как в верхней группе – данный показатель находится на уровне 75%

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы: Во-первых, в российской экономике наблюдается достаточно высокий сберегательный потенциал домашних хозяйств, который сохранился и даже увеличился во время финансового кризиса.

Во-вторых, низкая доля организованных сбережений, характерная для предкризисного периода, еще больше уменьшилась в результате кризиса, и имеет тенденцию к росту, объясняемую повышением склонности к сбережению в наличной валюте, так и в рублях.

В-третьих, несмотря на рост склонности к сбережению в коммерческих банках, сохраняется высокая доля Сбербанка как в сумме накопленных, так и в сумме текущих сбережений в банковской системе. В самом Сбербанке сохраняется высокая доля пенсионных вкладов. Рост реальных пенсий оказывает положительное влияние на склонность к сбережению в рублевых вкладах Сбербанка.

В-четвертых, за последнее время значительно возросла финансовая активность домохозяйств, расширились формы финансового поведения, которые включают: сберегательное, заемно-кредитное, инвестиционное, страховое и др.⁴³².. Однако инструменты ценные бумаги, ПИФы, накопительное страхование недостаточно используются домохозяйствами по причине низких доходов граждан и низкой доходности самих инструментов для массового инвестора, отсутствия опыта, низкой финансовой грамотности населения.

В-пятых, меры по задействованию сбережений населения в хозяйственные обороты страны должны способствовать вовлечению оборотов доходов населения в экономический кругооборот страны, созданию условий их эффективного использования и должны быть направлены на привлечение свободных средств населения в финансовую систему, что позволит поддержать достаточный уровень кредитования и обеспечить переход к экономическому росту.

Некоторые экономисты связывают эффект вытеснения сберегательной модели потребления с низкой культурой сбережения российского населения⁴³³. Однако позволим не согласиться с этим утверждением. Причины недостаточной склонности к сбережениям в

⁴³² Изряднова О. Реальный сектор экономики: факторы и тенденции // Экономическое развитие России. – 2013.- № 12. – с. 17 Галишиникова Е.В. Финансовое поведение населения: сберегать или тратить? // Финансовый журнал, № 2, 2012. – с.133-140.

⁴³³ Полтерович В.М. О стимулировании накоплений и семейной пенсии // Журнал НЭА.- 2012. - № 3 (15). - с. 188.

большей степени зависят от следующих факторов: 1) низкий уровень доходов большей части домохозяйств; 2) неэффективная реальная ставка по депозитам, которая в настоящее время определяется на уровне инфляции; 3) негативный опыт, вызванный экспроприацией накопленных сбережений на ранних стадиях становления рыночной экономики; 4) страх потери накоплений на примере «стрижки депозитов» на Кипре; 5) временное замораживание счетов, в связи с отзывом лицензий у ряда отечественных банков (Мастер-банк, Банк проектного финансирования, Европейский трастовый банк и др.) в течение 2013-2014 гг.

Мацуляк И.Д. выделяет ряд проблем сберегательного процесса:

- Абсолютный рост личных сбережений нивелируется сокращением доли накоплений в доходах домохозяйств; уровень сбережений не восстановлен, а рост располагаемого дохода в основном уходит на потребление;
- Значительная часть сбережений имеет краткосрочный характер и функционирует в фонде сбережений в годовом интервале;
- Основная часть сбережений мобилизуется банковской системой, что характеризует слабость других финансовых институтов и инструментов сбережения.

Кредитная модель потребление – относительно новое явление для российской экономики. Бурное развитие финансового рынка в части кредитования физических лиц началось с 2004 года. В связи с этим возникает необходимость систематизирования тенденций и закономерностей функционирования данной модели.

Можно выделить ряд основных показателей, отражающих трансформацию модели потребления и степень её влияния на экономику:

- 1) Уровень долга домохозяйств к ВВП ($DTY = D/Y$)
- 2) Уровень долга домохозяйств к располагаемому доходу ($DTI = D/I$)
- 3) Уровень долга домохозяйств к активам ($DTA = D/A$)

Первый показатель показывает, что за прошедшие десять лет долговая нагрузка населения выросла с 3% от ВВП до 13%, что по меркам развитых стран может показаться незначительной величиной (во Франции и Германии — 50-60% ВВП, в Великобритании — 80% ВВП, в США — около 100% ВВП).

До кризиса 2008 года рынок потребительского кредитования в России рос на 50-70% в год, а после кризиса темпы восстановились на уровне 30-40%. Россия, в отличие от большинства других стран, прошедших через кризис 2008 года, вернулась в докризисную модель потребления, в значительной мере основанную на привлечении кредитных ресурсов (рис. 5-8).

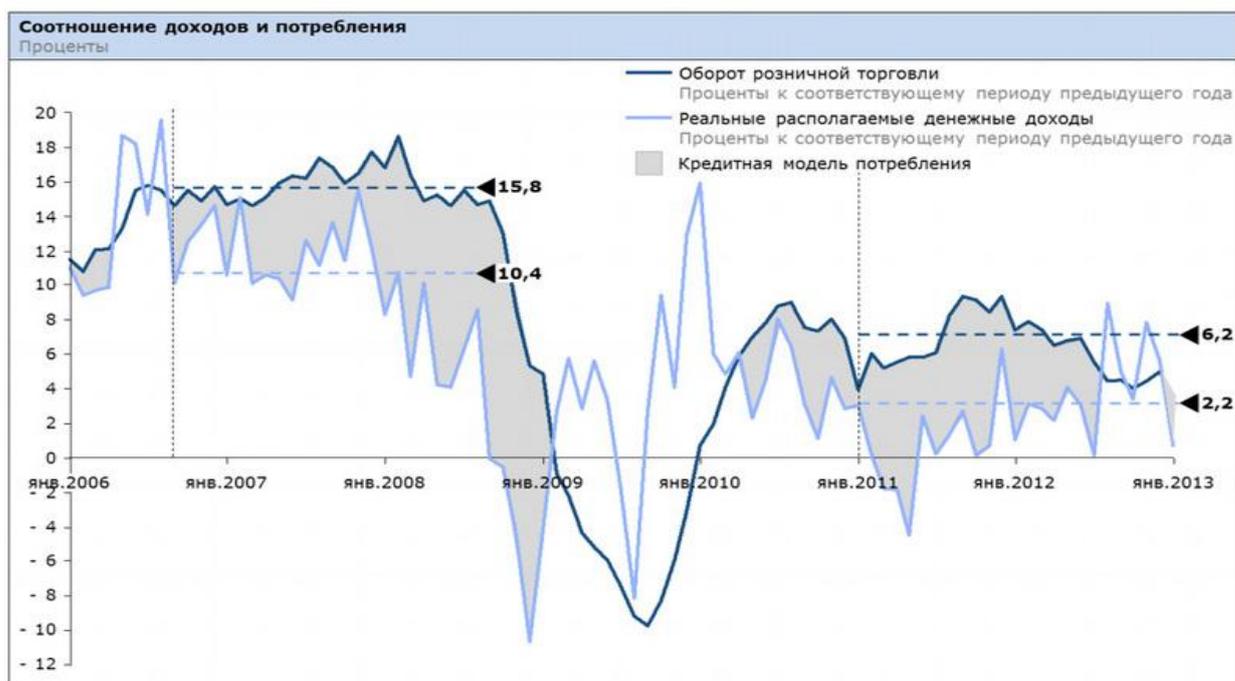


Рис. 5-8. Соотношение доходов и потребления российских домохозяйств⁴³⁴

Рисунок 5-8 показывает, в случае, когда темпы прироста реальных доходов населения превышают темпы прироста розничной торговли, это означает, что потребление происходит при одновременном росте сбережений населения. Наоборот, когда доходы населения растут медленнее, чем обороты розничной торговли, потребление происходит за счет кредитных ресурсов или расходования ранее накопленных сбережений.

Инструментами реализации данной модели являются различного рода кредитные продукты для домохозяйств: ипотечные, POS-кредит⁴³⁵, автокредиты, образовательные, целевые и иные потребительские кредиты (рис. 5-9)

Анализ показывает, что около 63% потребительских кредитов приходится на расходы, причем в основном на импортные товары. В этом смысле рост задолженности домохозяйств не имеет заметных положительных макроэкономических эффектов.

Существует важное отличие российского рынка от развитых стран: в России до 70% всех кредитов составляют краткосрочные кредиты без обеспечения (от одного до пяти лет), а доля ипотеки не менее 30%, в развитых странах необеспеченные кредиты составляют меньше десятой части всех выданных кредитов. Из-за относительно небольшого срока и высокой процентной ставки краткосрочные кредиты являются более обременительными по сравнению с

⁴³⁴ По данным Ассоциации российских банков (АРБ) // URL: www.arb.ru Васильев С. Россияне догнали американцев по уровню обслуживания кредитов <http://www.klerk.ru/bank/articles/316435/>

⁴³⁵ POS-кредиты – это ссуды, предоставленные физлицам, на приобретения товаров (бытовая техника, мебель и др.) и услуг (туристических и др.) непосредственно в торговых сетях, точках продаж (магазины, торговые центры, сервисные центры и т.д.)

аналогичными по размеру ипотечными кредитами. Таким образом, если сравнить страны по отношению необеспеченных кредитов к ВВП, то Россия уже вплотную приблизилась к среднему уровню (10% ВВП в России, 7-8% ВВП в Германии, Франции и Великобритании)⁴³⁶.

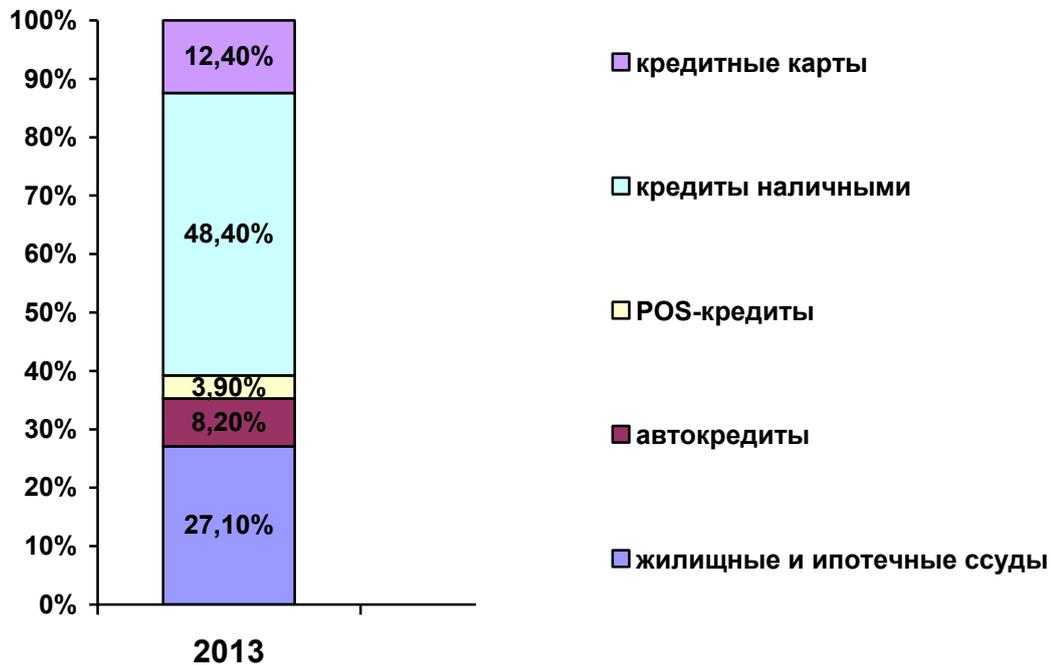


Рис. 5-9. Структура пассивов домохозяйств в разрезе сегментов ⁴³⁷

По данным Банка России ссудная задолженность физических лиц особенно интенсивно возрастала на протяжении последних трех лет, то озадачило правительство и ЦБ. Почти в два раза вырос уровень просроченной задолженности по кредитам с 3% до 5,8% в начале 2014 года. (табл 5-9)

Таблица 5-9

Ссудная заложенность физических лиц (по состоянию на начало года)

Показатели	Ссудная задолженность, в млн. руб	Просрочка по оплате кредитных обязательств	Уровень долга домохозяйств к ВВП, % $DTY = D/Y$
01.01.2012	5.545 071	3,0%	10,2
01.01.2013	7 349 035	4,6%	11,3
01.01.2014	9 536 025	5,8%	13,0

Второй индикатор - *DTI (debt-to-income ratio)*, измеряющий долговую нагрузку, рассчитывается как отношение суммы выплат заемщика по кредитам к располагаемому

⁴³⁶ Индикация домохозяйств <http://www.kommersant.ru/doc/2270524> (Дата обращения 04.09.2013)

⁴³⁷ Составлено по: Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013 - с.28

доходу, заявленному на момент выдачи кредита. Данные учитывают задолженность только перед одним конкретным банком, а не в целом по заемщику. Чем выше этот показатель, тем сложнее домохозяйству обслуживать кредит и выше риски дефолта. По расчетам, уровень долговой нагрузки постоянно повышался с 10% (от располагаемых доходов) в начале 2008 года до 16,6% в 2011 году, 19,6% в 2012 г., 24,1% в 2013 году, а в некоторых регионах этот показатель превысил 30%.

Начиная с 2011 года, россияне активно использовали кредиты для выравнивания потребления. Наиболее интенсивно используют потребительское кредитование в нефтегазовых регионах РФ, лидеры Тюменская область, Ханты-мансийский край, где высокие заработки населения. Низкая кредитная активность в Дагестане, Чечне, Ингушетии, что связано с высокой безработицей в этих регионах. Многие россияне имеют пять и более кредитов на одно домохозяйство, этот показатель составил 7,9% населения. Средний размер потребительского кредита за последние два года вырос на 30% до 170 тысяч рублей, тогда как в 2011 году средний размер кредита составлял 130 тысяч рублей, аналогичный показатель по ипотеке превысил 2,7 млн. руб. Как показывают многочисленные исследования, основными заемщиками являются трудовое активное население среднего возраста с доходом от 20 до 40 тыс. руб в месяц. Вместе с тем, наблюдается тенденция в сторону увеличения объема кредитования граждан с относительно высоким уровнем ежемесячного дохода - от 75 тыс. рублей и выше⁴³⁸.

Средневзвешенная процентная ставка по рублевым кредитам в 2013 году выросла и составила 21,1% в целом по рынку, тогда как ставка по депозитам снизилась до 6,9%.⁴³⁹. В ряде случаев процентная ставка по кредитам достигает 35-45%, что увеличивает риски для домохозяйств⁴⁴⁰.

В связи с этим, ЦБ принимает меры по минимизации рисков кредитования физических лиц, предлагается:

- Установить ограничения на максимальную *полную стоимость кредита* (ПСК) физическим лицам путем установления на законодательном уровне предельно допустимого превышения ПСК по кредитному договору не более 1/3 от среднерыночного значения по стране с целью снижения стоимости обслуживания долга для населения и уменьшения долговой нагрузки домохозяйств.

⁴³⁸ ЦБ: Россияне отдадут треть зарплаты на выплату кредитов www.news.mail.ru/politics/ (Дата обращения 24.12.2013)

⁴³⁹ Обзор финансовой стабильности июль 2013. – М. Банк России . 2013 - С. 37

⁴⁴⁰ См. Приложение 1.

- Расширить состав информации, содержащийся в кредитной истории заемщика (стоимость залога, полная стоимость кредита и т.д.), с целью повышения прозрачности информации об обязательствах физического лица
- Ограничить предоставление кредита до суммы не более 1/3 совокупного дохода семьи;

Для обеспечения финансовой устойчивости и снижения закрежденности домохозяйств необходимо, чтобы отношение выплат по кредитам к располагаемым доходам не превышало 10-15%, что при текущей макроэкономической ситуации, темпах роста доходов и уровню безработицы приведет к замедлению темпов роста кредитования до 15-20% в ближайшие несколько лет. Несмотря на это, по прогнозам банковских аналитиков рынок розничного кредитования увеличится за пять лет в 4 раза.

Третий показатель - уровень долга домохозяйств к активам ($DTA = D/A$) посчитать довольно сложно, в связи с отсутствием достоверной информации по поводу финансовых и тем более экономических активов россиян. Приблизительная оценка по 2013 году составляет 10,3%, что ниже общемировых значений в силу невысокого уровня экономического благосостояния отечественных домохозяйств.

В целом, можно сделать вывод, что в краткосрочной перспективе сокращения кредитной модели потребления не произойдет, однако замедлятся темпы роста: по прогнозам в 2014 году рынок кредитования физических лиц вырастет только на 15-20% по сравнению с 27-30% в 2013 и . 40% в 2012 году⁴⁴¹. В последнее время кредитная модель потребления развивалась благодаря тому, что банки снизили требования к уровню заемщиков и начали выдавать кредиты в так называемом *sub-prime* сегменте⁴⁴². В ближайшее время стоит ожидать пересмотра этой стратегии, по причине ужесточения регулирования и роста рисков в этом сегменте наблюдается сокращение доходности бизнеса.

В долгосрочной перспективе также стоит ожидать расширения кредитной модели потребления. При снижении инфляции до 4-5% в год (планы ЦБ на следующие три года) вполне вероятно понижение ставок по ипотеке (до 8-9%), что сделает этот продукт более доступным для населения. В результате объем необеспеченных кредитов стабилизируется и будет расти с темпами роста доходов и инфляции, но начнется более быстрый рост ипотеки.

⁴⁴¹ Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013 - С. 36

⁴⁴² *Sub-prime* (саб-прайм) кредиты - это нестандартный способ кредитования заемщиков, имеющих просрочки по оплате, судебные решения или наложение исков на заложенное имущество, которые не могут подтвердить источники доходов и т.д.

Ипотечный кредит наиболее капиталоемкая инвестиция в течение жизненного цикла. Традиционно считается, что ипотечный кредит является драйвером роста экономики⁴⁴³. Однако высказываются и альтернативные точки зрения⁴⁴⁴. Так, Чищеня А.В. выдвигает тезис о том, что высокая доля затрат на ипотеку в период наибольшей активности человека в течение жизненного цикла влияет на отсутствие дополнительных ресурсов для развития человеческого потенциала и его ограничения в будущем. В стоимостном выражении формой проявления выступает разница конечной стоимости активов, в связи с недополучением доходов от инвестирования свободных денежных средств в более рентабельные активы, которыми в информационной экономике являются вложения в образование и индивидуальное развитие человека. Кроме того, использование ипотечного механизма стимулирует развитие модели потребления, где основная роль отводится услугам здравоохранения, так как на образование в данном периоде тратится наименьшая доля доходов за весь жизненный цикл. Отсюда, исследователь делает вывод, что ипотечное кредитование как инструмент стимулирования экономики в краткосрочном периоде является фактором, сдерживающим долгосрочное развитие социально-экономического потенциала. В качестве альтернативы предлагается активное внедрение института временной аренды социального жилья, который будет способствовать усилению профессиональной мобильности и повышению качества человеческого потенциала, особенно молодежи.

Теоретический и эмпирический анализ позволили выявить, что принятие решения относительно выбора модели потребления обусловлено: во-первых, влиянием экономических факторов, важнейшими из которых является уровень располагаемого дохода, накопленное богатство и ставка процента, во-вторых, различиями предпочтений домохозяйств по отношению к настоящему и будущему потреблению; в-третьих, их склонностью или несклонностью к риску; в-четвертых, стадией жизненного цикла, на которой находятся они в момент принятия решения. Обобщенная характеристика моделей потребления представлена в таблице.5-10.

Сравнительный анализ предложенных моделей потребления показывает:: 1) кредитная и сберегательная модели – это разные способы достижения цели – повышения благосостояния:: CrMC – увеличение нефинансовых активов; SMC - увеличение финансовых активов; 2) обе модели могут носить инвестиционный характер: CrMC – в случае ипотечного кредитования, образовательных кредитов; SMC - в случае вложения денежных сбережений в ценные бумаги,

⁴⁴³ Овчарова Е.. Благосостояние как маркер модернизационного потенциала. / Доклад о развитии человеческого потенциала. 2011. – ПРООН, Россия, 2011.

⁴⁴⁴ Чищеня А.В. Критика ипотечного стимулирования URL: www.fifansy.ru

ПИФы, накопительное страхование, а также в собственный бизнес; 3) существует различная циклическая зависимость моделей SMC и CrMC от фазы делового цикла..

Таблица 5-10

Обобщенная характеристика динамических моделей потребления

Моделли	Подходная модель потребления (IMC)	Сберегательная модель потребления (SMC)	Кредитная модель потребления (CrMC)
Показатели			
Целевая функция	Max U полезности	Min R рисков Max U полезности	Max U полезности Min R рисков
Ограничения	Бюджетное Заимствования	Бюджетное Временные	Бюджетное Заимствования Временные
Баланс бюджета	$C_t = Y_t$ $S = 0$	$C_t < Y_t$ $S > 0$	$C_t > Y_t$ $S < 0, D > 0$
Динамические показатели устойчивости	Средняя склонность к потреблению $APC = C/Y$ Предельная склонность к потреблению $MPC = \Delta C / \Delta Y = b$	Средняя склонность к сбережению $APS = S/Y$ Предельная склонность к сбережению $MPS = \Delta S / \Delta Y$	Уровень долга домохозяйств к ВВП $DTY = D/Y$ Уровень долга к располагаемому доходу $DTI = D/I$ Уровень долга к активам $DTA = D/A$
Риски	рыночный	рыночный процентный	рыночный кредитный процентный
Доминантный фактор	Y - доход T - налоги	R – ставка процента W – богатство π - инфляция	R – ставка процента D – долговые обязательства U - безработица
Функция потребления	$C = c + b(Y-T)$	$C = b(Y-T) + aW + cR$	$C = b(Y-T) + aW - cR$
Влияние ставки процента	нейтральное	эффект дохода	эффект замещения
Влияние на благосостояние	const	увеличение финансовых активов	увеличение нефинансовых активов
Взаимосвязь с экономическим циклом	Ациклическая	Контрциклическая	Циклическая
Влияние на экономику	Зависит от объема и структуры потребительских расходов	Расширяет спрос в долгосрочном периоде: Сокращает потреб спрос в краткосрочном периоде	Положительное в краткосрочном периоде Отрицательное в долгосрочном периоде

При использовании той или иной модели потребления население может столкнуться с тремя видами финансовых рисков:

- рыночный – обесценивание залогового имущества (активов), рост безработицы, падение дохода;
- кредитный – удорожание стоимости заимствований;
- процентный – увеличение процентных ставок по кредиту под влиянием инфляции.

Фактором риска при выборе модели потребления является инфляция. Во-первых, рост инфляции снижает реальные доходы населения, во-вторых, увеличивает разницу между номинальной и реальной ставкой процента (при темпах инфляции ниже 10% в год: $r = i - \pi$).

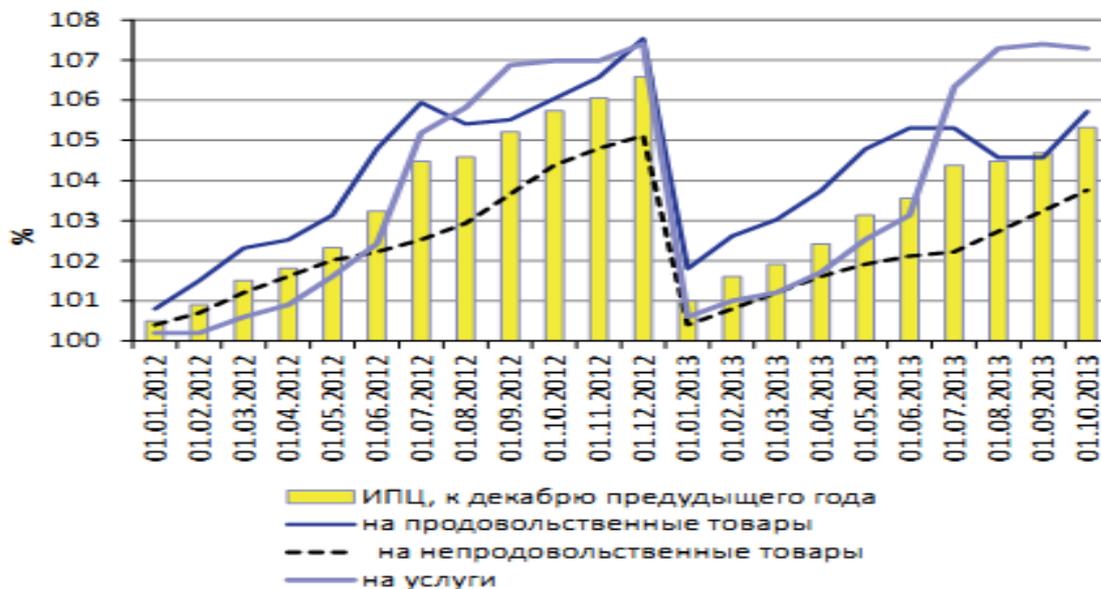


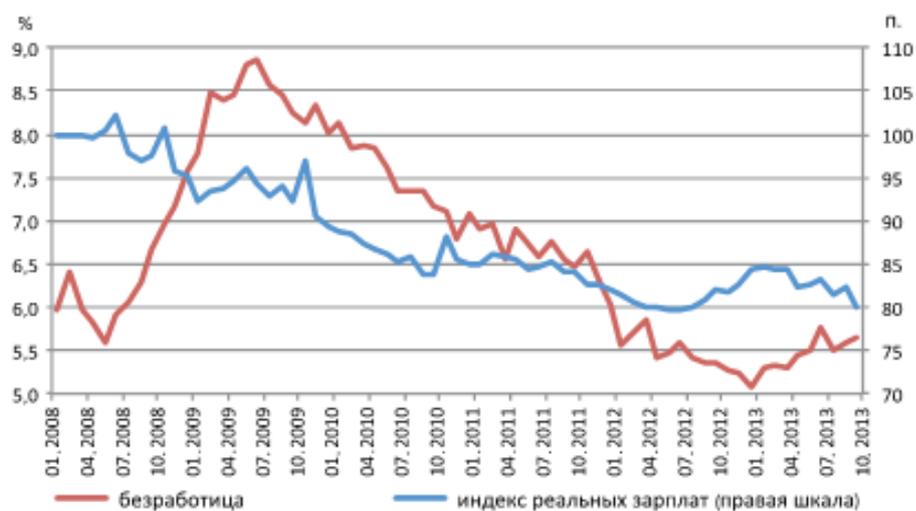
Рис. 5-12. Темпы прироста ИПЦ в 2012-2013 гг., в %⁴⁴⁵

Ожидаемая инфляция является нейтральной по отношению и кредиторам и заемщикам, поскольку, как правило, стороны будут устанавливать величину номинальной процентной ставки, принимая во внимание её темпы. Однако непредвиденная инфляция не является нейтральной, она убыточна для кредитора и выгодна должнику. Рыночная стоимость активов вырастает в соответствии с инфляцией, что выгодно для получателей кредита, тогда как размер номинальных платежей по ссудам не изменяется. Чтобы избежать неопределенностей, связанных с инфляцией, заемщики и кредиторы часто используют ссуды с плавающей ставкой процента. Согласно таких условий предоставления, размер номинальных процентных платежей увеличивается в периоды, когда ожидается более высокий уровень инфляции, и снижается в противоположном случае. В российской практике имеют место платежи с фиксированной ставкой, что ухудшает положение домохозяйств-кредиторов, поскольку обесценивает их сбережения, и улучшает положение домохозяйств-заемщиков.

Второй важный фактор – безработица, которая ухудшает положение и кредиторов и заемщиков. Платежеспособность населения определяется уровнем безработицы и динамикой заработной платы, которые, в конечном счете, зависят от финансового состояния предприятий. При резком ухудшении финансовой ситуации на предприятиях, сильно возрастают риски просроченной задолженности населения и личных дефолтов. Однако наличие сбережений

⁴⁴⁵ Росстат, 2013

позволяет в течение определенного времени поддерживать прежний уровень потребления, особенно если есть перспективы быстрого трудоустройства.



Источник: Bloomberg; расчеты Банка России.

Рис. 5-13. Динамика показателей заработной платы и уровня безработицы⁴⁴⁶

Следовательно, можно сделать вывод, что для тех домохозяйств, которые выбирают модель СтМС – наиболее мощным негативным фактором является безработица, для модели СМС - наиболее мощным дестабилизирующим фактором является инфляция. Отсюда, высокий уровень инфляции (рис. 5-12), на фоне относительно низкой безработицы (рис. 5-13) в российской экономике, отчасти становится одним из факторов стимулирующих переход на кредитную модель потребления.

Систематическое использование той или иной модели потребления позволяет выделить доминантную модель и на её основе строить долгосрочные прогнозы. Однако скорость изменений настолько высока, что затрудняет адекватную оценку доминирующей модели потребления. В условиях нестабильности российской экономики модели потребления постоянно меняются, вызывая довольно сильную волатильность потребительского спроса, что затрудняет точность даже среднесрочного прогнозирования.

Вместе с тем, согласно исследованиям⁴⁴⁷, проведенным Независимым институтом социальной политики, включенность российских домохозяйств в кредитно-сберегательные модели потребления расширяется (рис.5-14).

⁴⁴⁶ Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013 - С. 18

⁴⁴⁷ По данным обследования РидМиЖ -2007 и РидМиЖ -2010

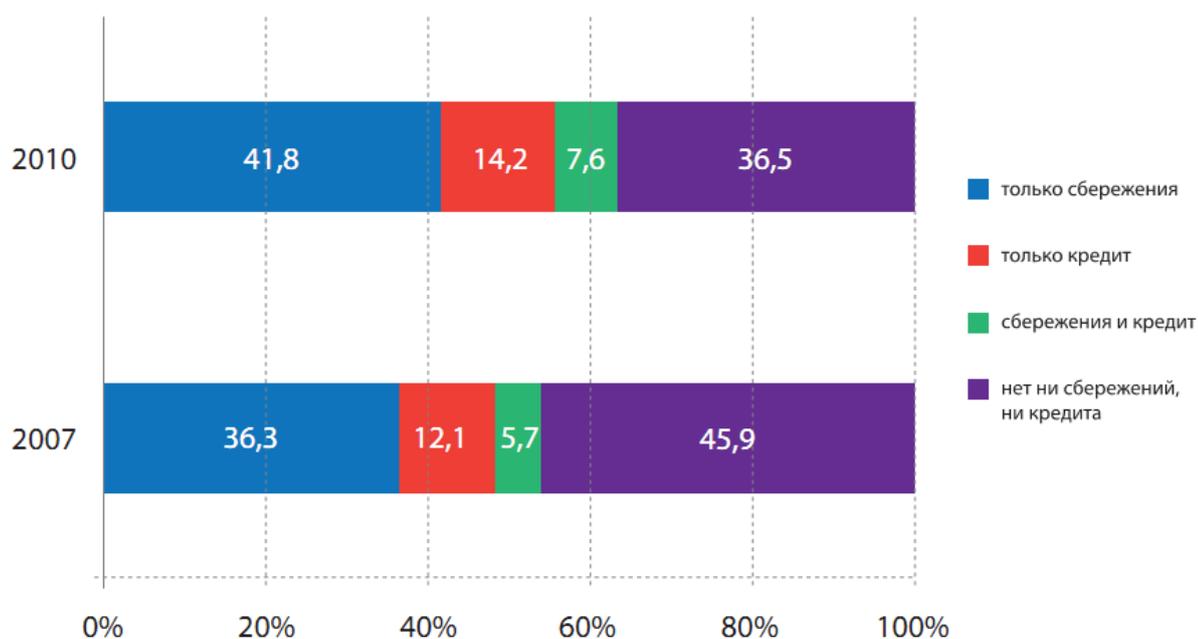


Рис. 5-14 Динамика долей домохозяйств, выбирающих различные стратегии поведения

При этом приоритеты россиян в посткризисный период сильно изменились (рис.5-15), в целом по экономике можно выделить следующие тенденции:

- Сберегательную модель предпочитают около 40% домохозяйств.
- Почти в два раза увеличилось количество домохозяйств, выбирающих кредитную модель – с 12 до 22% и смешанную – 8% .
- Снизилось количество домохозяйств, предпочитающих подходную модель - с 45 % примерно до 30 % населения.

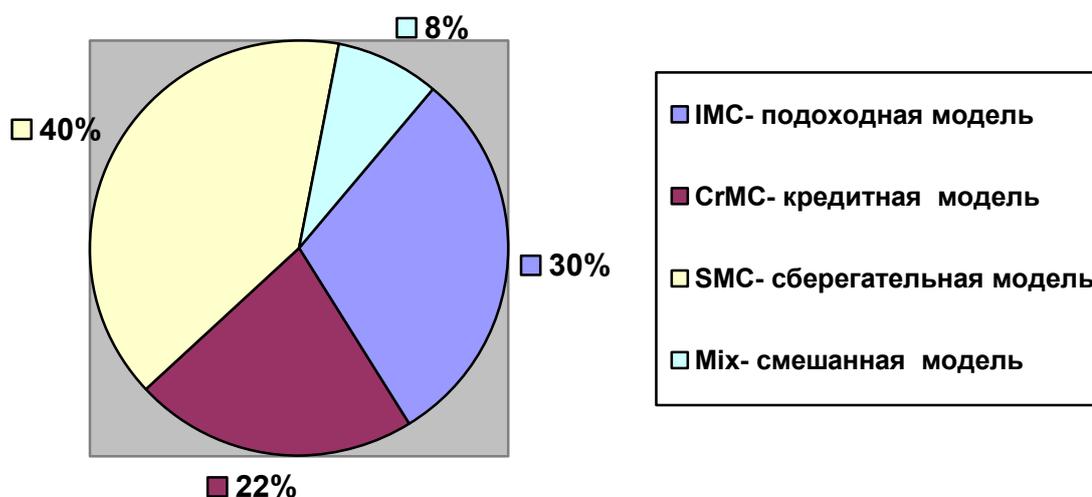


Рис.5-15. Удельный вес домохозяйств, предпочитающих определенную модель потребления

На макроуровне функционирование экономики определяется агрегированными показателями поведения репрезентативного домашнего хозяйства (т.е. типичное поведение экономического агента, имеющего одинаковые предпочтения и одинаковую склонность к потреблению). Однако сложность данной процедуры заключается в том, что за показателями стоят интересы и предпочтения разных неоднородных групп домохозяйств, отражают огромное множество действий миллионов потребителей, отсюда вытекают сложности агрегирования и прогнозирования потребительского спроса.

Согласно модели перекрывающихся поколений совокупная динамика сбережений в экономике определяется балансом накопления и расходования сбережений, усредненных по населению в целом. В экономике со стабильным соотношением между молодыми и пожилыми при отсутствии роста национального дохода на душу населения и при отсутствии роста народонаселения сбережения молодого поколения нивелируются расходами старшего поколения. В этом случае, даже если молодое поколение накапливает средства на пенсионный период, совокупные сбережения в экономике равны нулю, так как пожилые тратят деньги такими же темпами

В большинстве национальных экономик наблюдаются положительные темпы роста народонаселения и увеличение национального дохода на душу населения на основе технологических изменений, происходящих от поколения к поколению.. Отсюда, каждое следующее поколение многочисленнее и богаче предыдущего. В совокупности накопление сбережений молодых домохозяйств превышает расходы сбережений пожилых, и экономика в целом демонстрирует положительную динамику. Отсюда, в экономиках с быстрорастущим населением, как правило, более высокий уровень сбережений в силу благоприятной демографической ситуации. Однако даже при условии, что домашние хозяйства распределяют свои сбережения в течении жизненного цикла одинаково, совокупный уровень сбережений может существенно различаться по странам в связи с неодинаковыми темпами роста населения или разными технологическими изменениями⁴⁴⁸ Отсюда, Сакс Дж. и Ларрен Ф. заключают, что выводы, полученные в рамках модели перекрывающихся поколений, не позволяют полностью объяснить разрыв в уровнях совокупных сбережений в разных странах,

В экономической литературе выделяются несколько причин, объясняющих подобные тенденции: во-первых, отсутствие единых стандартов методики расчетов сбережений, большинство в структуре потребления выделяют товары длительного пользования, которые можно рассматривать как форму инвестиций; во-вторых, часто разрыв объясняется темпами экономического роста, что делает молодое и быстрорастущее поколение более склонными к сбережениям; в-третьих, существуют различные механизмы государственного стимулирования

⁴⁴⁸ Сакс Дж., Ларрен Ф. Макроэкономика. – М.: ГУ ВШЭ, 1996 – с. 132-133.

сбережений, в разных странах отличаются налоговые механизмы и системы социального обеспечения; в-четвертых, различный уровень развития финансовых рынков и рынков недвижимости, в частности условия по ипотеке.

Эмпирическая верификация моделей потребления на основе анализа данных ⁴⁴⁹ позволила выявить немонотонную зависимость уровня сбережений от возраста главы домашнего хозяйства, что отражает U-образная форма кривой сбережений в течение жизненного цикла (см. рис. 5-16)

Денежные
единицы

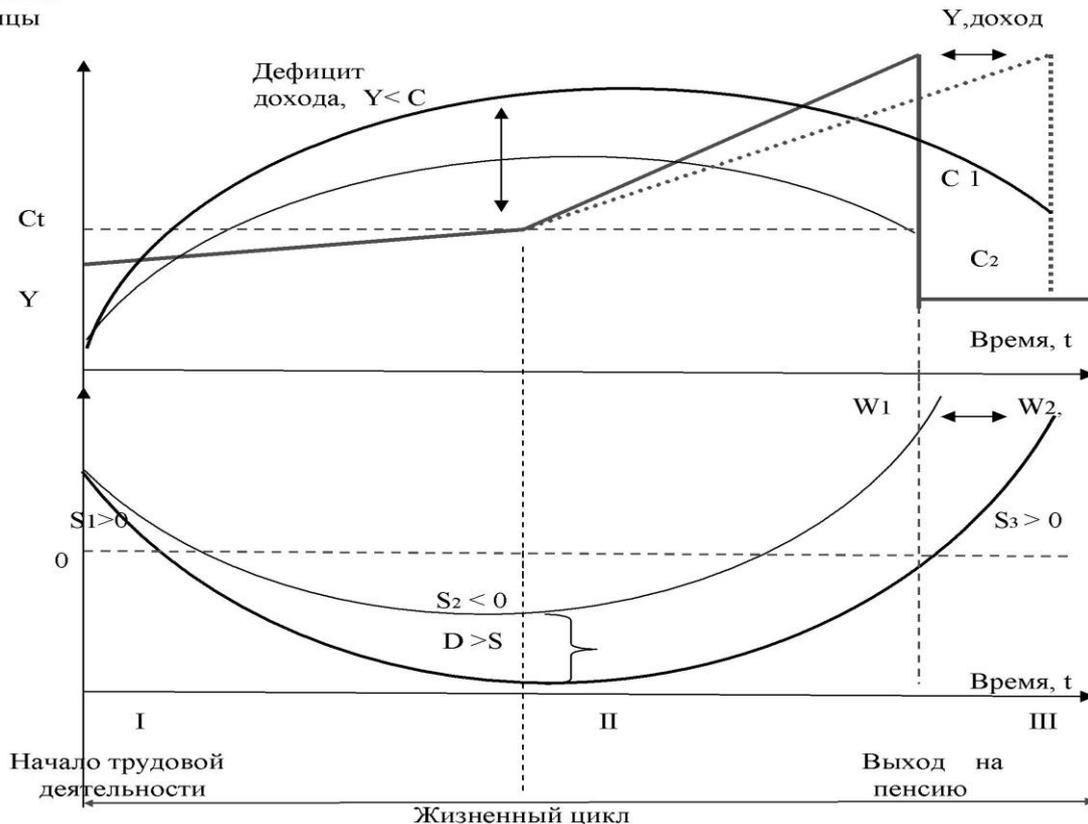


Рис.5.-16. Потребление и сбережения российских домохозяйств в модели жизненного цикла

Домохозяйства молодых до 30 лет ($S_1 > 0$). и домохозяйства пенсионеров старше 60 лет имеют более высокую склонность к сбережению и как следствие более значительные накопления. ($S_3 > 0$). Большинство домохозяйств, находящиеся на пике трудовой активности, 30-50 лет, имеет низкие или отрицательные сбережения ($S_2 < 0$ или $D > S$). Из этого можно

⁴⁴⁹ Панельные опросы о социально-экономическом положении домохозяйств «Russia Longitudinal Monitoring Survey (Мониторинг экономического положения и здоровья населения)» (RLMS). Полевые исследования автора в рамках мониторинга информационного общества и благосостояния населения, проведенные на базе Центра региональных социологических исследований (ЦРСИ) в 2012-2013гг.

сделать вывод, что на основе гипотезы жизненного цикла и перманентного дохода невозможно полностью объяснить поведение российских потребителей⁴⁵⁰.

Эти результаты согласуются с исследованиями, проведенными другими авторами⁴⁵¹., которые изучали изменения в потреблении россиян в ответ на экономические шоки 1992 и 1998 гг. В частности, С.Стилмен объясняет поведение домохозяйств на основе модели, включающей предупредительные сбережения⁴⁵². Зарубежные исследователи считают, что подобное поведение обусловлено низкой степенью доверия россиян к банковской системе, у домохозяйства нет уверенности в сохранности сбережений до старости, отсутствуют эффективные инструменты стимулирования сбережений. В связи с чем в середине жизненного цикла, достигнув определенного уровня материального благосостояния, домохозяйства переключаются на потребление⁴⁵³.

Подобные тенденции в поведении российских домохозяйств можно объяснить следующими причинами:

- В молодости большинство домохозяйств имеют низкий уровень экономического благосостояния: отсутствие собственного жилья и ряда товаров длительного пользования, вынуждает делать значительные сбережения для удовлетворения этих потребностей.
- В активной фазе трудовой деятельности рост потребностей опережает рост дохода, образуется дефицит бюджета, который покрывается за счет кредитов.
- В старости потребности сокращаются, что ведет к снижению потребления и росту сбережений. Мотивы сбережений пожилых людей весьма разнообразны от накоплений по предосторожности до передачи наследства.

В экономической литературе нет общего мнения по поводу мотивов, побуждающих оставлять наследство. Особый интерес представляет модификация гипотезы жизненного цикла Р.Барро⁴⁵⁴. Автор утверждает, что текущее потребление может зависеть от ожидаемого дохода следующего поколения. Если домохозяйства, руководствуясь альтруистическими побуждениями, получают информацию о возможном ухудшении экономических перспектив, то могут принять решение об увеличении размеров наследства, чтобы компенсировать

⁴⁵⁰ Расчеты проводились на основе динамики средней склонности к сбережению (APS)

⁴⁵¹ *Gregory P. Mokhtati M., Schrettl W. Do Russians Really Save That Much ? // the Review of Economics and Statistics. – 1999.- November, 81 (4): Foley M., Pyle W. Household Saving in Russian during the Transition // Working Paper, Davidson, NC 28035. 1999.*

⁴⁵² *Stillman S. The Response of Consumption in Russian Households to Economic Shocks.// UZA Press: discussion paper. - 2000. - № 411*

⁴⁵³ *Жеребин В.М., Болдышева Н.О., Ермакova Н.А. Жизненный цикл семьи: демографическая, социальная и экономическая линии развития // ЭНСР. – 2006. - № 3(34) – с. 110.*

⁴⁵⁴ *Barro R. Are government Bonds Net Wealth // Journal of Political Economy. – 1974.- November.*

возможные потери своих детей. Барро Р. показал, что домохозяйство может выбрать такое бюджетное ограничение, которое будет учитывать совокупный доход не только сегодняшнего, но и будущих поколений. Эта теория во многом объясняет российскую практику, когда большая часть экономического благосостояния, включая сбережения, передается по наследству. Эмпирические исследования Котликоффа Л. и Саммерса Л.⁴⁵⁵ также показали, что большая часть богатства в США возникла в результате наследования, а не сбережений, сделанных в течение жизненного цикла.

Интеграция российской экономики в глобальное информационное общество позволила:

- Стремительно преодолеть товарный дефицит на рынке благ, (средний коэффициент насыщения рынка 86%) существенно обновить товарный ассортимент, увеличить долю динамических потребительских благ
- Значительно расширить спектр банковских и финансовых услуг в отношении физических лиц, существенно улучшить торговую и банковскую инфраструктуру
- Быстро освоить новые стандарты потребления, соответствующие высоким образцам развитых стран,
- На протяжении последних десяти лет выросли доходы и благосостояния населения.
- Одновременно выросла задолженность потребителей относительно располагаемых доходов

Под влиянием роста доходов уровень потребления и благосостояния большинства населения в абсолютном выражении постепенно повышается, однако потребности и запросы растут ещё более быстрыми темпами. Возникает разрыв между потребностью и платежеспособным спросом по причине дефицита дохода, т.е. недостаточности собственных денежных средств, в том числе сбережений, для приобретения товаров и услуг ($D > S$). Отсюда, кредитная модель потребления есть форма разрешения противоречия между возникающими потребностями и возможностями их удовлетворения. Привлечение кредитных ресурсов для покрытия дефицита бюджета домохозяйства, позволяет увеличить платежеспособный спрос в текущем периоде. Однако займы осуществляются в счет будущих доходов, следовательно, это приводит к перераспределению накопленного богатства во времени ($W_1 \rightarrow W_2$) и при снижении доходов после выхода на пенсию, может привести не к стабильному уровню потребления ($C_1 = C_2$) в течение жизненного цикла, а к его сокращению на более поздних этапах ($C_1 > C_2$). Таким образом, увеличение склонности к кредитованию при сдвиге поколений будет стимулировать к более позднему выходу на пенсию даже без официального повышения пенсионного возраста.

⁴⁵⁵ *Kotlikoff L., Summers L. The role of Intergenerational Transfers in Aggregate Capital Accumulation // Journal of Political Economy. – 1981 .- August.*

Выбор модели потребления зависит не только от уровня благосостояния потенциального клиента, но и от привычного для него финансового поведения. Под воздействием сложившейся макроэкономической ситуации это поведение может меняться. Понимание базовой модели потребления, а также отслеживание текущих изменений в поведении домохозяйств позволяет разрабатывать более эффективные меры регулирования спроса и совершенствовать уже существующие.

Изменение модели потребления в течение жизненного цикла перекрывающихся поколений имеют долгосрочные последствия для экономики:

1) Прирост совокупных сбережений на агрегированном уровне обеспечивается в основном за счет старшего поколения, хотя не столько за счет объема накоплений, сколько за счет массовости вкладчиков, причем такая тенденция сохраняется на протяжении четверти века.

2) Повышение дохода до медианного уровня увеличивает склонность населения к кредитованию, после превышения этого уровня начинает снижаться склонность к долговому финансированию потребления и увеличивается склонность к сбережению.

3) Практика показывает, что систематическое использование кредитных ресурсов вызывает психологическую зависимость, жизнь в долг становится нормой поведения независимо от уровня дохода.

4) На макроэкономическом уровне прослеживается некая закономерность: чем больше домохозяйств имеют много небольших кредитов, тем динамичнее потребительский спрос; когда кредитов берут мало семей, но уровень долга на одно домохозяйство растет, ситуация ухудшается.

5) Наличие ставки процента приводит к межпоколенному перераспределению ресурсов.

Как показывает американская практика, кредитная модель потребления может оказывать положительное влияние на протяжении жизни не более одного поколения. Суть в том, что за счет наращивания долга на протяжении четверти века удавалось увеличивать потребление домохозяйств без существенного роста их реальных располагаемых доходов. Это стало возможно по причине перманентного роста цен на залоговые активы и поддержанию высокого уровня общей ликвидности в экономике на фоне постоянного снижения стоимости кредита. Однако в дальнейшем это приведет отрицательным сдвигам в экономическом благосостоянии всего общества, в связи с недостаточным накоплением капитала.

Так, американские домохозяйства наращивали свои долговые обязательства, начиная со второй половины XX века. Максимальное значение уровня долга домохозяйств к ВВП было

достигнуто в 2008 году накануне кризиса, когда долг составил 97% ВВП США, к началу 2013 года - сократился до 81% (рис. 5-17)⁴⁵⁶.

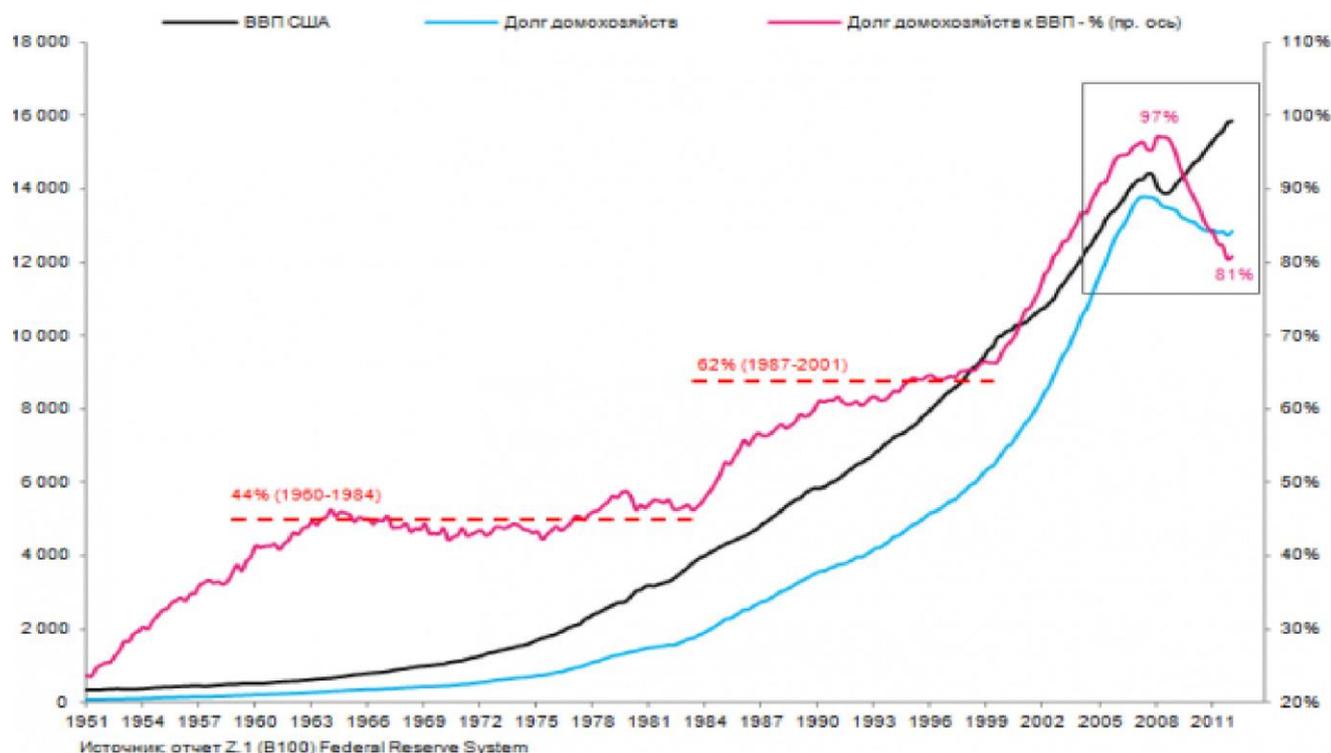


Рис.5-17. Долг домохозяйств к ВВП США (в %)

С начала 2000-х годов три четверти американских семей имели кредиты, или 75% населения США, спустя двенадцать лет под влиянием кризиса уровень обременения долгом упал до 69%. В 2008 году долги американских домохозяйств превысили 130% их располагаемого дохода. Подобное явление поддерживалось на основе снижения процентных ставок, снятия ограничений по заимствованию и смягчения условий кредитования. После кризиса ситуация кардинально поменялась, ставки достигли нулевой отметки, дальнейшее удешевление долгового обслуживания невозможно. Одновременно резко ужесточились требования к заемщикам. Под влиянием этих процессов в 2013 году уровень долга снизился до 109% располагаемого дохода. Средний объем потребительского долга на одно домохозяйство сократился на 30,5% в посткризисный период, в абсолютном выражении с 91 тыс. долл. в 2008 году до 70 тыс. долл. к концу 2013 года⁴⁵⁷.

Считается, что с течением жизненного цикла намерения брать кредит снижаются. Однако, как показывает практика, за последние двадцать лет сумма денежных средств, которые американские домохозяйства тратят на погашение долгов, выросла на 69%. Газета «The Washington Post» пишет, что главы семейств в возрасте от 55 до 64 лет в настоящее время тратят 22 цента с каждого доллара, чтобы расплатиться с долгами. Аналогичную сумму тратят и

⁴⁵⁶ Отчет Z.1 “Flow of Funds Accounts” Федеральной Резервной Системы (ФРС) (последние данные на декабрь 2012 г.).

⁴⁵⁷ США. Долг домохозяйств – как индикатор благосостояния <http://forum.aforex.ru/profiles/blogs/>

молодые люди, которым до пенсии еще далеко. Начиная с 90-х годов, рост задолженности пенсионеров происходил быстрее, чем у других категорий населения. Это означает, что с возрастом долговая нагрузка не снижается, а возможности получать такой же доход после выхода на пенсию отсутствует. Возраст большинства американцев со сберегательными пенсионными счетами, чьи долги растут быстрее их накоплений, превышает 40 лет⁴⁵⁸, что повышает риск потери жилья за долги

Экономисты делают неутешительный вывод, при таком уровне накопленных долгов в настоящее время США проходят «точку невозврата», за которой неизбежно последует снижение уровня и качества жизни американцев после выхода на пенсию⁴⁵⁹.

Неэкономические факторы выбора модели потребления

Причины перехода к кредитной модели потребления многообразны. На выбор домохозяйств влияют различные факторы, которые не ограничиваются воздействием только экономических параметров располагаемого дохода, благосостояния или ставки процента.

Ряд экономистов считают, что плохой пример для американских домохозяйств показало правительство США, накопив огромную сумму госдолга, превышающую в настоящий момент 17,3 трлн. долл., а семья это «срез экономики в миниатюре»⁴⁶⁰.

Высокую долю ипотечных кредитов американских семей П.Кругман⁴⁶¹ объясняет ростом неравенства в доходах, которое отражается на образе жизни населения. Главная проблема в том, что домохозяйства среднего класса, приобретают жилье, которое не могут себе позволить, делают рискованные ипотечные долги, с целью отправить своих детей в престижную школу в округах, где стоимость жизни обходится дороже. В 2005 году, когда в США вступил новый Закон о банкротстве, ужесточивший требования к физическим лицам, число американских семей, объявивших о несостоятельности в пять раз превысило показатели 1980-х годов. Резкое увеличение банкротств связывали с тем, что большинство американцев живут в долг. На практике оказалось, что реальная причина состоит в другом: желание дать своим детям возможность устроиться в обществе, в котором растет неравенство.⁴⁶² Неудачный старт может лишить ребенка шанса на успех в жизни.

Несмотря на общий рост стандартов жизни в США за последние двадцать лет, не все американцы ощутили этот рост в равной мере. По оценкам ОЭСР в США средний скорректированный чистый доход после уплаты налогов наиболее обеспеченных 20%

⁴⁵⁸ Балансы американских домохозяйств <http://giovanni1313.livejournal.com/26225.html>

⁴⁵⁹ На пенсию с кредитом // Взгляд. Деловая газета. URL:

<http://www.vz.ru/economy/2013/10/24/656467.html>

⁴⁶⁰ *Ариели Д.* Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. Пер. с англ. П.Миронова - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - с. 143

⁴⁶¹ *Кругман П.* Кредо либерала. - М.: Европа., 2009. - 266 с.

⁴⁶² *Warren E., Warren T.* What is Hurting the Middle Class? // Boston Review. - 2005. - Sep/Oct.

населения составляет 82 666 долл. в год, а наименее обеспеченные 20% населения живут по оценкам на 10 434 долл. в год, то есть социальное неравенство составляет 7,92 раз, что является одним из самых высоких показателей в мире.

Многие американцы верят, что если упорно трудиться, то можно достичь высоких результатов. Обратная сторона трудоголизма - умение получать удовольствие от заработанных своим тяжким трудом денег. Досуг превращается в потребительское благо и рассматривается как время, необходимое для потребления товаров и услуг, становясь наряду с работой частью экономической системы⁴⁶³. Известный ученый Р.Истрелин вывел «парадокс»: по мере роста доходов и благосостояния доля счастливых людей снижается. Обнаружено две причины, объясняющие подобные тенденции: во-первых, по мере развития общества предметы роскоши превращаются в предметы первой необходимости (в частности для общества потребления). Наблюдается неудовлетворенность обладания предметом, страдания из-за невозможности обладать чем-то становится распространенным явлением; во-вторых, все больше товаров приобретают позиционный статус (лучше, чем у соседей, друзей, родственников). Другими словами, индивидуальные полезности зависят от соотношения между количеством благ, которыми владеет индивид, и благами, которыми владеют другие члены сообщества. Однако, по выражению Т.Коуэна создание иерархической структуры, при которой все должны быть наверху не возможна.

Исследования изменений потребительского поведения американцев⁴⁶⁴ показывают, что наиболее значимыми социальными факторами выбора модели потребления становятся:

- Личная самоидентификация
- Обретение социального статуса
- Изменение образа и стиля жизни
- Превращение воображаемого в реальность через покупку брендов.

Иными словами, посредством потребления конструируется новая социальная реальность, а кредитная модель потребления только ускоряет данный процесс. Консюмеризм (перепотребление), брендизм, шопоголизм, конформизм становятся признаками нового общества.

«Демонстративный эффект» потребления был открыт ещё в работах Т. Веблена, в модели относительного дохода Дж.Дьюзенберри и развит в исследованиях Х.Лейбсайна и связан с влиянием на потребителей их социального окружения. Изучая феномен долгового финансирования потребления на основе канонических моделей функции потребления,

⁴⁶³ Уинстон Г. Досуг / Экономическая теория. - М., 2004. - с. 470

⁴⁶⁴ Schor J. The overspent American: Upscaling, Downshifting and The New Consumer. Basis Books. 1998: «Shopology» // BBC. 2001. Sep. <http://www.globalissues.org>

американские исследователи Ф.Альварес-Куадрадо и Н.Ван Лонг приходят к заключению, что только синтез гипотез, получивший название «гипотеза относительного дохода как версии перманентного»⁴⁶⁵, позволяет объяснить подобное поведение потребителей с перекрывающимися поколениями, где существенную роль играют наследство и потенциальный доход домохозяйства в течение всей жизни... 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 вперёдсмотрящего экономического агента, в модели присутствует потребитель, смотрящий по сторонам.

Особую роль в переходе к кредитной модели потребления сыграли банковские инновации. Активное распространение электронных платежей, внедрение кредитных карт приводит к ускорению транзакций. Этому процессу способствуют программы льготного кредитования, овердрафты, установление периода беспроцентного погашения, которые также стимулируют потребительский спрос. В докладе ФРС⁴⁶⁶ сделан вывод, что отрицательная скорость накопления во многом является следствием долгов по кредитным картам.

В 2007 году компании, предоставляющие кредитные карты, разослали 5,3 млрд. предложений, то есть каждый совершеннолетний американец получил в среднем пятнадцать таких писем. Уже в 2009 году на 308 млн. населения США⁴⁶⁷ насчитывалось 1,3 млрд. кредитных карт, что составляет примерно по 6-8 кредитных карт на взрослого человека, Более 115 миллионов американцев из месяца в месяц сохраняют задолженность по кредитным картам, средний размер долга 9 тыс. долл. Потребители только на пени по обслуживанию кредиток потратят больше 17 млрд. долл. ежегодно.⁴⁶⁸ На выплату процентов уходит столько денег, что американцы не в состоянии самостоятельно откладывать на пенсию. Данное явление Р.Дункан назвал «кредитотопией», которая заключается в утопических представлениях потребителей о нескончаемых возможностях увеличивать богатств за счет легкодоступных кредитов⁴⁶⁹.

⁴⁶⁵ *Alvares-Cuadrado F., Van Long N. Permanent Income Version on the Relative Income Hypotheses // CESIFO Working Paper. - 2008. - № 2361; Alvares-Cuadrado F., Van Long N. The Relative Income Hypotheses // Journal of Economic Dynamisc.- 2011. - Vol.35*

⁴⁶⁶ Report Z.1 (B100) «Flow of Funds Accounts» Federal Reserve System. December, 2012 .

⁴⁶⁷ *Травкина Н.М. Современные демографические тенденции в США (итоги переписи 2010 // США Канада: экономика -политика-культура. 2011. № 12 . с. 3-24*

⁴⁶⁸ *Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. Пер. с англ. П.Миронова/ М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – с. 143*

⁴⁶⁹ *Антипина О.Н. Потребительское поведение и рыночное ценообразование в информационной экономике под воздействием долгов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 2014. - № 1. – с. 19-36.*

На этой основе Т.Кресцензи обосновывает гипотезу «мегазлоупотреблением» потреблением⁴⁷⁰ и связывает распространение кредитной модели с психологическими особенностями потребительского поведения и «демонстративным эффектом» потребления. Однако, потребление и потребительство суть не тождественные понятия. Потребительство есть форма девиантного поведения, характерная для общества потребления.

Подобная ситуация складывается и в российской экономике. По данным ЦБ РФ, в 2014 году на руках у населения насчитывается 200 млн. кредитных карт, то есть примерно по две на взрослого человека. По опросам большинство россиян оформляют карту «на всякий случай» и пользуются ей в крайних случаях, так как проценты за их использования одни из самых высоких, в среднем 45% годовых.

По мнению исследователей, большинство людей не задумывается о будущем, они автоматически реагируют на изменения в доходах⁴⁷¹. Неопределенность влияет на решение об откладывании денег и накоплении сбережений, поскольку индивидуальным агентам будущее неизвестно, они не располагают методами оценки будущих изменений, а информация неоднородна и асимметрична. Неопределенность выступает функцией времени, изменяющимся параметром. Чем выше неопределенность, тем меньше горизонт планирования и сложнее принять правильное решение, тем выше альтернативные издержки (например, проценты по кредиту), тем больше вероятность отказаться от принятия решения (например, в пользу сбережений). В результате большинство не имеют существенных накоплений, что подвергает их риску при выходе на пенсию. Тогда можно выделить следующую закономерность: чем выше уровень неопределенности, тем более иррационально ведут себя люди.

Дж.Кейнс признавал, что экономическая деятельность по большей части имеет рациональную мотивацию, но значительная часть обусловлена иррациональным началом или иррациональными побудительными импульсами⁴⁷², что является главной причиной экономических колебаний и вынужденной безработицы.

Известные американские экономисты Дж. Акелроф и Р.Шиллер⁴⁷³ выделяют среди причин кредитного бума и последующего обвала следующие:

- неустойчивое иррациональное начало, имеющее наднациональный характер.
- безудержный экономический рост.

⁴⁷⁰ Crescenzi T. Beyond the Keynesian Endpoint Crushed by Credit and Deceived by Debt – How to Revive the Global Economy. – NJ, 2012.

⁴⁷¹ Акелроф 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.

⁴⁷² Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное – М.: Эксмо, 2009.

⁴⁷³ Akerlof .G, Shiller R, Animal Spirits, How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. - Princeton University Press, 2009.

- эпидемия безудержного энтузиазма, возбужденно-восторженная интонация.

Потребители берут кредиты, вкладывают деньги в недвижимость, словно это последний шанс, а цены будут бесконечно расти и выйдут за пределы их финансовых возможностей. Спекулятивная лихорадка, обогащение с немыслимой скоростью, элементарная человеческая жадность раскручивают кризисную спираль. Когда под влиянием иррационального начала цены взлетают, и на рынке возникает пузырь, экономика приспосабливается к этим изменениям, чего никто не ожидает, а затем пузырь лопается, и экономический бум сменяется спадом⁴⁷⁴. Ученые пришли к очень важному выводу: стремясь получить выгоду в изменчивых экономических условиях, *разные люди в разных странах ведут себя одинаково*⁴⁷⁵.

Иррациональность связана с психологическими факторами: доверие, справедливость, злоупотребления и недобросовестность, денежные иллюзии, истории про людей, которые вызывают цикличность экономики, потребления и сбережений. Выбирая определенную модель потребления, люди не всегда руководствуются экономическими соображениями, а влияние иррационального начала на займы и сбережения предопределяет неустойчивость экономики и сдерживает перспективы роста. Многие недооценивают, что сущность сбережений – это обеспечение будущего. Когда необходимо принять решение человеческое сознание становится особенно восприимчивым к *нарративам*, или «Историям про людей», рассказывающих о нынешней и будущей жизни. Истории все время меняются, внося элемент иррациональности в решения о сбережениях. Информация в виде историй распространяется между людьми подобно вирусу. На подъеме - ощущение экономической перспективы, на спаде – чувство несправедливости и мнение о неверном устройстве экономической системы. По мнению Дж.Акерлофа чувство справедливости – один из важных факторов функционирования рыночной экономики, когда это ощущение пропадает, меняется характер иррационального начала.⁴⁷⁶

Принимая долгосрочное решение, человек во многом полагается на веру. Само понятие «кредит» в переводе с итальянского *credo* - означает доверие. Исследователи вводят новую категорию *мультипликатор доверия*, т.е. коэффициент показывающий как увеличивается или сокращается доход, когда уровень доверия растет или падает на один пункт⁴⁷⁷. Подобно мультипликатору потребления, он возникает вследствие того, что в цикле расходов несколько кругов. Обратные связи намного шире, эффект распространяется сильнее, что вызывает

⁴⁷⁴ Там же. С. 12.

⁴⁷⁵ Акерлоф Дж, Шиллер Р. Указ. соч. - М., 2011. – с. 11.

⁴⁷⁶ Акерлоф Дж, Шиллер Р. Указ соч. - М., 2011. – с. 13

⁴⁷⁷ 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. - С.39

изменения как дохода, так и доверия. Когда экономика в кризисе и переживает спад эта взаимосвязь сильнее, в другие времена – слабее.

Надежным индикатором доверия потребителей выступает индекс потребительских настроений, который является прогнозным показателем будущих расходов (табл.5-11).

Таблица 5-11

Индекс потребительской уверенности⁴⁷⁸ в США, РФ и некоторых странах ЕС

Страна	2012	2013
США	-3,4	0,5
Россия	-7	-6
Германия	-6,4	-4,5
Испания	-33,4	-31,6
Греция	- 71,4	-63,4
Кипр	-44,5	-55,3
Финляндия	8,2	5,0
Швеция	6,4	10,3

Составлено автором по материалам: Потребительские ожидания в России - Росстат, 2013 www.gks.ru ; Взгляд. Деловая газета 24 октября 2013 www.vz.ru/economy

Как показывают данные табл. 5-2., американцы настроены более оптимистично, чем российские или некоторые европейские потребители. Индекс потребительской уверенности вышел из отрицательной зоны, и демонстрирует незначительный рост, что проявляется в увеличении темпов роста розничного товарооборота и расширении кредитной активности домохозяйств. Однако развитие этих тенденций, ускорение экономики возможно лишь при условии полного восстановления атмосферы доверия на рынках. Домохозяйства должны быть уверены в будущих доходах, банки – в кредитоспособности семей, страховые компании в финансовой устойчивости банков.

В целях ограничения закредитованности населения финансовые власти США применяют *делевэридж*⁴⁷⁹, т.е. снижение кредитного плеча, в рамках которого происходят следующие процессы:

- 1) сокращение долгов (домохозяйств, бизнеса и т.п.);
- 2) введение режима экономии (*austerity measures*);
- 3) перераспределение благосостояния;
- 4) монетизация госдолга.

Перевес со стороны первых двух процессов приводит к дефляции, в сторону последних двух – к инфляции. Многие экономисты считают, что делеверидж выступает фактором,

⁴⁷⁸ 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).

⁴⁷⁹ *Dalio R.* A template for understrating what is going on (<http://www.smart-lab.ru>)

сдерживающим рост экономики, сводятся к падению уровня жизни и сокращению потребления, Это запускает *порочный цикл*: снижение спроса - сокращение работников - безработица и падение совокупных доходов - дальнейшее снижение спроса. На этом на фоне долги сокращаются крайне медленно. Остановить этот цикл могут только долгосрочные структурные изменения в экономике.

В целях улучшения ситуации ФРС проводит политику количественного смягчения (QE).. В рамках программы QE существенно снижены ставки по кредитам (рис.5-18), что позволило избежать массовых личных банкротств и уменьшить проценты по обслуживанию долговых обязательств американских семей.

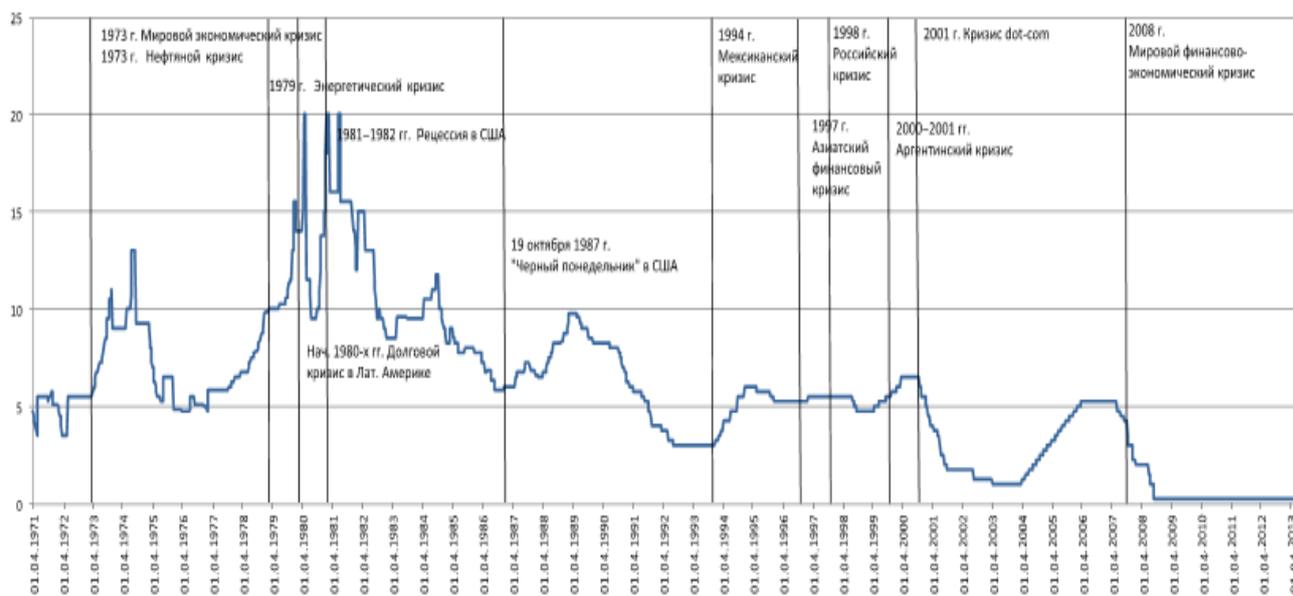


Рис. 5-18. Динамика ставки ФРС США по кредитным средствам (в%)⁴⁸⁰

Следует отметить, что в научной среде ведется серьезная дискуссия по поводу механизмов выхода из кризиса. Большинство западных ученых главной угрозой преодоления современного кризиса считают кредитный дефицит. В условиях острой кредитной недостаточности необходим значительный рост госрасходов или существенное снижение налогов. Важнейшая задача правительства посредством макроэкономической политики привести экономику к восстановлению полной занятости. При этом промежуточная цель – довести объемы кредитования до уровня, присущего полной занятости⁴⁸¹.

Однако современные тенденции потребительского поведения показывают, что как молодые, так и пожилые американцы вместо накопления сбережений как источника инвестиционных ресурсов активно накапливают долги. Из этого следует, что в долгосрочном

⁴⁸⁰ Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013 - С. 13

⁴⁸¹ 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. - с.40

периоде резко сократится объем приведенного капитала, необходимого для максимизации потребления в будущем периоде. Это потребует пересмотра принципов пенсионного обеспечения и межпоколенного перераспределения ресурсов, разработки новых инструментов социально-экономической политики, в том числе более гибких налоговых механизмов стимулирования сбережений и пенсионных накоплений.

В странах с устойчивой рыночной экономикой сбережениям отводится особая роль, поскольку считается, что экономический рост взаимосвязан с уровнем совокупных сбережений, а сам факт наличия сбережений служит признаком богатства страны. В связи с этим во многих странах существуют стимулы для создания сбережений, а также действуют механизмы, позволяющие аккумулировать и эффективно использовать их в экономике. Однако правы и экономисты, полагающие, что сбережения населения являются одним из наиболее трудно управляемых факторов экономического роста⁴⁸². В связи с этим, необходимы следующие рекомендации для домохозяйств:

- Необходимо усиление бюджетной дисциплины в отношении сбалансированности собственных доходов и расходов;
- Индивидуальное рacionamento кредита;
- Повышение финансовой грамотности;
- Поддержание положительной нормы сбережений;
- Стимулирования пенсионных накоплений.

Решение этих проблем становятся приоритетными не только для отдельной семьи или домохозяйства, но и для всего общества. Планирование позволяет упорядочить события, подготовиться к ним психологически, что снижает риски и является методом страхования. Управлять риском – это, по сути, управлять будущим⁴⁸³.

Разработка новой макроэкономической политики должна учитывать новейшие тенденции в потребительском поведении своих граждан, чтобы превратить модели потребления из ограничителя и источника циклического спада в драйвер экономического роста.

⁴⁸² См.: *Гайдар Е. Т.* Аномалии экономического роста. - М., 1997. С.29.

⁴⁸³ *Сухарев О.С.* Методология и возможности экономической науки. – М.ИНРА-М, 2013. – с. 238.

5.3. Снижение рисков и неопределенности в потреблении

Проблема рисков активно исследуется как в зарубежной, так и в отечественной научной литературе⁴⁸⁴. Одним из первых данную проблему в экономическом ключе исследовали М.Фридман и Л. Сэвэдж (1948)⁴⁸⁵, затем данную проблему глубоко изучали Д.Канеман, А.Тверски, П.Словик (1979)⁴⁸⁶ в рамках поведенческой и экспериментальной экономики, за что в 2002 году присуждена нобелевская премия по экономике.

На каждом этапе развития общества существуют различные виды рисков, вызванные неопределенностью ситуации в той или иной области экономической деятельности, которая порождается спонтанностью процессов или недоучетом нарастающих противоречий в обществе. Преобразования в России происходят столь стремительно, что потребители еще не осознают неизбежность учета риска в их жизни. Актуальность исследования рисков потребителей возрастает по нескольким причинам:

- недостаточное внимание к проблеме потребительских рисков в экономической литературе;
- резкие деформации в структуре доходов, потребления и сбережений большинства российского населения;
- игнорирование мировых тенденций в области установления социальных стандартов, регулирования трудовых отношений;
- слабая правовая база защиты прав потребителей и неразвитость коньюмеристского движения.

Обострение проблемы рисков потребления в новых условиях информационной экономики требует создания эффективной системы управления потребительскими рисками. При разработке мер по снижению и предупреждению рисков потребителей важно учитывать их экономическое содержание.

Содержание потребительских рисков следует рассматривать с позиций общего и специфического. Существуют различные трактовки рисков, отражающие сложность и многогранность характеризуемого явления и раскрывающие сущность любых видов рисков, в том числе и потребительских. В общем смысле *риск* является экономической категорией, выражающей отношения по поводу достижения определенной степени успеха (неудачи) в

⁴⁸⁴ Голуб Н.И. Закономерности личного потребления в рыночной экономике: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Саратов, 2000. - 312 с., *Она же*. Риски в личном потреблении. -Саратов, 2000.; *Миэринь Л.А.* Основы рискологии: Учебное пособие. -СПб., 1998; *Котловоский И.Б.* Управление рисками. – М. МГУ, 2012 и др.

⁴⁸⁵ Фридман М., Сэвэдж Л. Анализ выбора в условиях риска // Российский экономический журнал. – 1993. - № 9. - с. 107- 118.

⁴⁸⁶ Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005

реализации своих целей субъектом хозяйствования с учетом контролируемых и неконтролируемых факторов деятельности⁴⁸⁷. Часто риск понимается как вероятность наступления какого-либо события. В случае свершения такого события возможны три экономических результата: отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток), нулевой, положительный (выигрыш, шанс, выгода). Эту вероятность можно учесть путем упорядочения ожидаемых воздействий согласно вероятности их наступления⁴⁸⁸.

Риск характеризуется единством объективного и субъективного начал. С одной стороны, он порождается объективными факторами и существует независимо от воли и сознания людей. С другой – риск связан с выбором определенных альтернатив конкретным человеком, что несет в себе печать индивидуальности, психологического склада, личных мотивов.

Возникновение риска обуславливают вероятностная сущность многих процессов, непредвиденные, случайные обстоятельства, многовариантность экономических отношений, в которые вступают субъекты хозяйственной деятельности. Склонность субъектов к риску, помимо собственных качеств, зависит от следующих факторов:

- действий других субъектов хозяйствования, функционирующих во внешней среде;
- наличия ресурсов (считается, чем большим доходом располагает субъект, тем меньше он чувствителен к риску и смелее идет на рискованные ситуации);
- информации (неполная, постоянно меняющаяся или недостоверная информация снижает готовность к риску).

Решения принимаются людьми обычно в условиях отсутствия полной информации и определенности. В такой ситуации существует риск, что желаемый результат не будет достигнут.

Риск действия потребителя связан с возможностью принятия опасных решений и возникновения риска в процессе исполнения этих решений, поскольку любое решение реализуется в условиях, первую часть которых можно считать определенными (детерминированными), вторую - случайными, а третью – неопределенными. Случайность и неопределенность условий и ситуаций могут приводить к отрицательным девиациям и отклонениям, при этом, чем больше доля случайных и неопределенных условий принятия решений, тем выше риск принятия и реализации опасных решений.

⁴⁸⁷ Трубицына Т.И. Риски в экономике: проблемы, закономерности / Экономическая теория: проблемы методологии. - Саратов, 2001. С. 88.

⁴⁸⁸ Вероятность, установленная на основании опыта, при изучении воздействия сравнимых мероприятий, которые были проведены ранее, называется *объективной вероятностью*. Если же не существует опытных данных или они не могут быть использованы, следует принимать во внимание *субъективно оценочную вероятность*.

На различных этапах жизни человека преобладают те или иные рисковые ситуации. В трудоспособном возрасте – возрастает риск потери работы, ухудшения материального положения, снижения социального статуса по причинам экономического характера, в пенсионном – могут возникнуть риски голода и нищеты из-за низких доходов. В условиях российской экономики, характеризующейся высокой степенью неопределенности, достаточно сложно прогнозировать развитие событий на ближайшее время, не говоря уже о перспективе предугадать тенденции изменения факторов в течение жизненного цикла человека, что предполагает невозможность однозначного предвидения наступления предполагаемого результата и возникновение риска.

Особенно важно учитывать фактор неопределенности и роль времени в потребительских решениях о сбережениях. Сбережения направлены в будущее. В основе каждого решения лежат будущие выгоды. Это пребывание во времени имеет два тривиальных последствия: прошлое дано необратимым, а будущее является неопределенным. Неопределенность необходимо отличать от риска. При риске события подлежат формулируемому распределению вероятностей и спектр будущих событий известен. При неопределенности, напротив, спектр будущих событий точно не известен, значит определение вероятности исхода невозможно.⁴⁸⁹

При неопределенности неизвестно распределение вероятностей наступления определенных событий. При этом предполагаемая чистая выгода рассчитывается на основе *пессимистической, оптимистической и промежуточной оценок*⁴⁹⁰. Ранжированный ряд вариантов и их приемлемость проверяются с точки зрения их чувствительности к изменениям условий жизнедеятельности. В зависимости от индивидуального отношения к риску люди принимают решения, которые они лично считают верными.

В зависимости от различного отношения потребителей к риску можно выделить несколько типов:

- *Рискотейкеры* - лица, склонные к риску, легко идущие на риск (предполагающие, что выигрыш может быть меньше первоначального взноса);
- *Рисконейтралы* - индивиды, нейтрально относящиеся к риску (рассчитывающие на ожидаемый выигрыш);
- *Рискофобы* - противники риска (вкладывающие сумму средств, строго меньшую ожидаемого дохода).

⁴⁸⁹ Базелер У., Сабов З., Хайнрих Й., Кох В. Основы экономической теории: принципы, проблемы, политика. Германский опыт и российский путь. - СПб., 2000. С. 361-362.

⁴⁹⁰ Брюммерхофф Д. Риск и неуверенность / Теория государственных финансов. - Владикавказ, 2001. С. 143.

Каждый субъект потребления в определенной степени способен выявить риски, которым подвергается. Однако не всеми рисками возможно управлять самостоятельно. Во многих случаях на риск идут тогда, когда этого требуют внешние обстоятельства. При этом большинство агентов не рассчитывают получить большой выигрыш, а стремятся лишь избежать потерь. Часто это ведет к выбору более медленного, но более надежного варианта действий.

Для анализа принятия решений потребителей в рискованной ситуации применяются критерии «максимин» и «минимакс». Критерий «максимин» предполагает несклонность лица, принимающего решения, к риску. Это лицо будет предполагать наихудший исход, который необходимо учитывать при каждом варианте. Выбирается тот вариант, который приносит максимальную выгоду из минимально оцененных выгод по всем проектам. При критерии «минимакс» оцениваются максимальные потери различных вариантов, и выбирается тот, максимальные потери которого наиболее низки.

Потребительскому риску свойственны общие черты, характерные всем видам рисков:

- Неопределенность внешней среды;
- Необходимость выбора решения из ряда альтернатив;
- Возможность получения неоднозначного результата;
- Своеобразие поведения субъектов.

Специфические особенности потребительских рисков обусловлены многогранной природой человека, единством биологического, социального, экономического, потребительского начал. Реализации всех сторон жизнедеятельности человека препятствуют многообразные внутренние (наследственность, способности, материальное положение) и внешние (природные, экономические) факторы, приводящие к потерям или выигрышу.

Под *риском потребителя* как экономической категорией в работе понимается противоречивые многоуровневые отношения между потребителями и другими экономическими субъектами в условиях неопределенности по поводу альтернативного выбора варианта решений для достижения удовлетворительного результата при условии возможного контроля за рискованной ситуацией. Матрица рисков потребителя представлена в таблице Как видно из табл. 5-12 в зависимости от различных факторов на разных уровнях возникают многообразные виды рисков, отличающиеся по степени воздействия на потребителя и последствиям, можно выделить экономические, финансовые, социальные, природные и техногенные, (гео)политические, информационные. Наибольшую группу составляют экономические риски, которые соотносятся с экономическими причинами своего возникновения, к ним относят риски потери основного дохода, непредвиденных затрат, имущественный, упущенной выгоды и т.д.

Таблица 5-12. Матрица рисков потребления домохозяйств

Виды рисков Уровень реализации	Экономические	Финансовые	Социальные	Природные и техногенные	Политические	Информационные
Нано-уровень	Риски потери работы, трудоспособности, квалификации Риск вероятной потери Риск выигрыша Риск упущенной выгоды Нарушение охраны труда	Бюджетное Заимствования Личный дефолт Процентный Кредитный	Невыплаты пособий Потеря здоровья Риск переядания, ухудшения здоровья Риски неполноценного питания Риски смерти	Вредное производство и опасная профессия	Нарушение прав потребителя Нарушение прав собственности Нарушение прав человека	Вирусы Спамы Скрининг Информационный стресс Асимметрия информации
Микро-уровень	Потеря дохода и имущества Снижения уровня потребления Продажа просроченных и фальсифицированных товаров Повышения цен	Потери сбережений Снижение ставки по вкладам Сворачивание деятельности Невыплата дивидендов	Потери социального статуса Риски потери здоровья, нищеты, голода, недоедания Риски бедности	Плохая экология в месте проживания Природные аномалии	Нарушение прав потребителя Нарушение прав собственности Нарушение прав материнства и детства	Вторжения в частную жизнь Ложная реклама Обман покупателей
Мезо-уровень	Безработица Снижение уровня и дифференциации потребления по сравнению с другими регионами Повышения местных налогов Неравномерность развития регионов	Ограничения по заимствованию Ужесточение сроков возврата кредитов Налоговые потери от неплатежей в бюджет	Низкие социальные расходы Отсутствие адресной помощи	Плохая экология в регионе Загрязнение окружающей среды	Обособленность региона Риск роста длины незащищенных границ Риск блокирования транспортных магистралей; риск потери транспортных ресурсов	Отсутствие доступа связи Отсутствия информационной инфраструктуры
Макро-уровень	Зависимость от импорта Экономические шоки Повышения налогов Риски ухудшения материального положения населения, потери, дифференциация, недополучения дохода, непредвиденных затрат Низкие темпы экономического роста, неравномерное развитие отраслей	Временные Инфляция Банкротства финансовых институтов Инфляционная политика	Пенсионный Сокращения социальной помощи Сворачивания социального государства	Стихийные бедствия Чрезвычайные ситуации	Политические шоки Несовершенство законодательства Смена власти конфискации, внезапная смена правительства	Цифровой разрыв Кибератаки Информационный шпионаж
Мега-уровень	Продовольственные Повышения тарифов и пошлин	Валютные Дефолт Ужесточение сроков возврата кредитов, уменьшение размеров помощи других государств	Рост глобального неравенства (социального, гендерного, имущественного) утрата социального государства	Изменения климата Техногенные катастрофы	Потери суверенитета Риски войны, международных конфликтов, революции	Информационные войны Цифровой разрыв Киберугрозы Кибератаки Киберпреступления

Однако к доминантными рисками потребителя в информационной экономике относятся финансовые риски и риски информатизации. Усиливающиеся *финансовые риски* потребителей связаны с возможностью потерь денежных средств и включают несколько разновидностей рисков: рыночный (инфляционный), процентный, кредитный. Первые риски связаны с инфляционным обесцениванием денег, не покрываемым процентом по вкладам. Даже при полной рыночной свободе установления процентных ставок мелкие вкладчики обычно не в состоянии добиться процента, превышающего фактический темп роста цен. Низкий реальный процент при инфляции для таких вкладчиков скорее правило, чем исключение. Вторые риски свойственны депозитной операции как всякому необеспеченному кредиту. Это риски банкротства банка и разных вариантов отказа или задержки возврата вкладов, которые принципиально не могут быть устранены при любой банковской системе, но могут быть существенно уменьшены при системе с эффективным государственным регулированием. Третьи виды рисков связаны с изменением учетной ставки, законодательства, налогообложения по вкладам, с возможностью принятия конфискационных или ограничительных мер в отношении вкладчиков. Наглядным примером стал мировой инцидент на Кипре весной 2013 года, получивший название «стрижка депозитов», когда власти острова для решения внутренних долговых проблем прибегли к замораживанию и частичной конфискации денежных средств со счетов вкладчиков банков.

Начальный период деятельности российских коммерческих банков отмечен проявлением всех трех видов рисков, что утроило потери их вкладчиков. Недостаточный государственный контроль за деятельностью банков и других финансовых учреждений, а также отсутствие законодательно оформленных гарантий со стороны государства прав банковских вкладчиков сформировали в общественном сознании негативное отношение к банковским структурам.

С развитием информационной экономики нарастают *информационные риски*, или *риски информатизации потребления*. Например, риски ложной информации о товаре или услуге. Возрастают риски, связанные Интернет-банкингом. Резко возросли хищения денежных средств с пластиковых карт - *скининг*. С ростом числа безналичных операций растет и число «безналичных» мошенничеств. Так, если в 2001 году объем платежей, совершенных преступниками по чужим картам, составил 3,4 млрд евро по всему миру, то в 2009-м – уже 4,9 млрд евро⁴⁹¹. В России в 2012 году зафиксировано более 3600 киберпреступлений в данной области, мошенническим способом скинмеры сняли около 100 млн. евро со счетов клиентов⁴⁹². Банки пытаются решить проблему с помощью распространения пластиковых карт, со

⁴⁹¹ Бахвалова М. Мир без купюр // Деловая газета РБК.-.2012

⁴⁹² www.vestifinace.ru (Дата обращения 11.09.2013)

встроенными микрочипами, правоохранительные органы - ужесточением законодательства и усилением наказания за подобные киберпреступления.

Конечная роль интернета в экономике будет зависеть от того, насколько пользователи будут чувствовать себя в безопасности, используя сеть и доверяя ей в критически важных приложениях и услугах. Хакерские программы, атаки типа «отказ в обслуживании» (DoS) и другие инциденты, ставящие под угрозу конфиденциальность, целостность или пригодность информационных систем и сетей, становятся все более многочисленными. Там, где собираются, складируются или обрабатываются личные данные, конфиденциальность сильно страдает от таких инцидентов. В результате, правительства все больше внимания уделяют кибербезопасности и угрозам конфиденциальности данных. Растущая актуальность *информационной безопасности и конфиденциальности* данных, как на уровне отдельных граждан, стран, так и на международном уровне, наводит на мысль о том, что спрос на специалистов по безопасности и конфиденциальности будет расти, что может привести к тому, что дефицит квалификации станет потенциальным препятствием на пути дальнейших инноваций в информационной безопасности и конфиденциальности.

Научно-обоснованная классификация рисков потребителя имеет важное практическое значение для выбора методов оценки риска с точки зрения их приемлемости или недопустимости, направлений их снижения и предупреждения.

В данной связи с этим необходимо разработать комплекс последовательных мер, осуществляемых различными экономическими субъектами, с целью снижения, минимизации или недопущения риска потребления, что способствует: во-первых, увеличению выгоды, уменьшая стоимость риска и увеличивая эффективность использования средств потребителями; во-вторых, может улучшить способность возмещения ущерба от неблагоприятной реализации чистых рисков; в-третьих, позволяет человеку планировать будущее с большей уверенностью и предсказуемостью. В таблице 5-13 представлена система управления потребительскими рисками.

Таблица 5-13

Система регулирования потребительскими рисками

Субъекты управления рисками	Инструменты и методы управления
Государство	Политика доходов и заработной платы Государственная потребительская политика Кредитно-денежная политика
Некоммерческие организации	Консьюмеризм
Предприятие	Маркетинговая стратегия Кастомизированная стратегия
Домохозяйство Индивид	Личное страхование Самострахование

Первоочередные меры государственного воздействия на степень потребительского риска призваны устранить наиболее отрицательные последствия, приносящие значительный ущерб жизнедеятельности человека. В рамках политики доходов и заработной платы реализация этих мер может осуществляться по следующим направлениям:

- пересмотр принятой методики определения минимальной заработной платы в соответствии с рекомендациями МОТ;
- увеличение прожиточного минимума, исходя из предложений Института питания РАМН и ВОЗ;
- оптимизация налогообложения физических лиц;
- совершенствование системы минимальных социальных гарантий;
- расширение источников финансирования социальных программ за счет перераспределения бюджетных и внебюджетных средств;
- разработка критериев и принципов для составления, выбора и реализации программ борьбы с бедностью и поддержки малоимущих слоев населения;
- формирование устойчивой системы законодательных норм, регулирующих вопросы в области оплаты труда;
- создание условий для внедрения системы социального партнерства;
- создание разветвленной информационной системы, предоставляющей объективные и полные сведения о цене рабочей силы.

Для эффективного функционирования рынка товаров и услуг и снижения рисков потребления большое значение имеет формирование *государственной потребительской политики*, целью которой являются обеспечение интересов и защита прав потребителей. Основой разработки потребительской политики выступают положения неоклассической теории, связанные с нейтрализацией провалов рынка: недостатком конкуренции, неполнотой и асимметрией информации, внешними экстерналиями. Провалы рынка, которые возникают в связи с отсутствием информации, являются одним из основных направлений реализации политики защиты прав потребителей. Преодоление этих недостатков способствует росту их благосостояния. Следовательно, задача потребительской политики обеспечить экономических агентов наиболее полной и полезной информацией.

В каждой стране такая политика имеет свою специфику, при этом она включает два обязательных компонента: во-первых, комплекс законодательных и исполнительных мер, осуществляемых непосредственно государством; во-вторых, разного рода социальные и общественные организации и движения, оказывающие воздействие как на правительство, так и на производителей товаров и услуг.

Существующие в России системы Роспотребнадзора, Федеральной антимонопольной службы, санитарно-эпидемиологического надзора и современные государственные институты не всегда эффективно выполняют функцию защиты интересов потребителей от произвола производителей товаров и услуг. Отсюда становятся возможными эксцессы со спекулятивными финансовыми операциями, продажа товаров с просроченной датой реализации, порочная практика фактического невыполнения гарантированных обязательств и т.д., Первой вехой на пути формирования активной потребительской политики государства стал Федеральный закон «О защите прав потребителей»⁴⁹³. Однако необходим комплекс нормативно-законодательных актов, регулирующих различные стороны взаимоотношений потребителей и поставщиков товаров и услуг.. Государство должно вмешиваться и в тех случаях, когда человек поступает нерационально, в ущерб личных и общественных интересов, ограничивать потребление вредных и принуждать его к потреблению полезных благ.

В достижении целей, связанных с минимизацией потребительских рисков, необходимо интенсивнее привлекать средства массовой информации, которые обязаны пропагандировать здоровый образ жизни. С этой точки зрения необходимо обеспечить контроль за использованием закона о рекламе⁴⁹⁴, ужесточить ответственность рекламодателей за недобросовестную и заведомо ложную рекламную информацию. В случае нарушения законодательства вправе применять соответствующие санкции в отношении нечестных агентов рыночных отношений. Выполняя эти функции, государство принимает законы, требующие от всех фирм введения единого стандарта выпускаемых товаров, контролирует их соблюдение, запрещает реализацию фальсифицированных пищевых продуктов и лекарств, добивается обязательной фиксации на упаковке чистого веса и состава продукта, осуществляет ряд других действий по защите интересов и прав потребителей.

Определенные мероприятия в этом направлении осуществляются, но их результативность не будет долговременной при низкой культуре производства и потребления. Как видно из табл. 5.-14, наблюдается снижение нарушений правил торговли. Однако это не всегда прямой результат возрастания количества проверок или ужесточения мер административного воздействия на производителей и продавцов, часто – это более изощренные методы сокрытия дефектов и фальсификации товаров.

⁴⁹³ См.: Федеральный закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (действующая редакция от 05.05.2014)

⁴⁹⁴ См.: Федеральный закон РФ «О рекламе» (1996).

**Результаты работы управления Госторгинспекции
по Саратовской области⁴⁹⁵**

Проводимые мероприятия	1 квартал 2011 г.		1 квартал 2012 г.	
Наложено административных взысканий на предприятия всего (в руб.), в том числе: оптовые розничные	680,8		243,9	
	Промышленные.	Продовольственные.	Промышленные.	Продовольственные.
	-	34,0	-	6,2
	244,6	402,2	93,7	146,0
Привлечено к административной ответственности (чел.)	120		85	

Немаловажную роль в снижении потребительских рисков должны сыграть различные независимые общественные ассоциации и союзы потребителей, объединенные в современное движение - консьюмеризм. Задачи таких организаций, защищающих общественные интересы, состоят в том, чтобы отстаивать в государственных органах интересы низкодоходных слоев населения, мелких предпринимателей, искать источники финансирования разного рода социальных программ, требовать осуществления реформ государственно-политических институтов и принятие соответствующих законов. В России движение консьюмеризма находится на стадии формирования и имеет ряд специфических особенностей:

- Общественные организации потребителей функционируют, как правило, в крупных городах;
- Лишены поддержки правительства и финансовой помощи;
- Испытывают недостаток квалифицированных специалистов (медиков, экономистов, психологов);
- Функции их ограничены и сводятся к решению технических задач (рассмотрению жалоб, удовлетворение исков потребителей);
- Игнорирование полномочий данных организаций органами власти.

Между тем общественные союзы потребителей могут оказать неоценимую помощь в формировании культуры потребления, в проведении контролирующей, разъяснительной, профилактической работы, в ориентации населения на рациональность и разумность потребления с точки зрения социального оптимума, в обеспечении потребителей необходимой информацией относительно своих прав при заключении договоров на

⁴⁹⁵ Таблица составлена на основе отчетных данных управления Госторгинспекции по Саратовской области.

страховании, получении кредитов, вложения сбережений, туристических поездок или при покупке товаров широкого потребления, а также по вопросам, касающимся экологической чистоты, степени доброкачественности продуктов питания.

Особое место в снижении рисков потребителей принадлежит производителям товаров. Дело в том, что наиболее распространенным в настоящее время в России является риск, обусловленный некачественными продуктами питания и промышленными товарами, приводящими к потере здоровья, иногда смерти. По этим причинам выпуск качественной продукции предотвратит лишние расходы на приобретение товаров-субститутов, лекарственных средств и т.д.. Тщательное изучение индивидуальных предпочтений потребителей, учет уровня их доходов, состава семей, применение маркетингового и кастомизированного подходов при производстве продукции позволит удовлетворить потребности различных групп, что снизит риск потери социального статуса, бедности, недоедания, дополнительных непредвиденных затрат.

Выбор инструментов потребительской политики должен быть основан на комплексном подходе, который включает алгоритм решения проблем потребителей на любом уровне локальном, национальном и глобальном.

Шаг. 1. Определение потребительской проблемы и источников её происхождения

Среди источников проблем могут быть поведение предприятий, вводящая в заблуждение реклама, неполнота и асимметрия информации, поведенческая предвзятость потребителей и другие недостатки рынка.

Шаг.2. Измерение ущерба, причиненного потребителю.

Правильная оценка ущерба, нанесенного потребителю, позволяет выявить необходимость для оправдания вмешательства в рыночные процессы со стороны государственных органов:.

- частота неблагоприятных событий
- серьезность (размер) ущерба
- суммарные денежные потери
- возможный интервал между нанесением и возмещением ущерба.

Шаг.3. Решение о целесообразности вмешательства или невмешательства

Шаг. 4. Постановка цели и разработка набора мер потребительской политики

Шаг. 5. Оценка альтернативных вариантов и отбор конкретных инструментов

Шаг 6. Мониторинг эффективности потребительской политики

В настоящее время принимаются законы, ограничивающие использование опции по умолчанию в потребительских договорах. В частности, продавцы обязаны будут получить согласие от потребителей для осуществления любых платежей, кроме платы за основные

договорные обязательства, и не смогут рассчитывать на параметры по умолчанию, которые требуют от покупателей отклонить эти варианты, чтобы избежать выплаты.

Современная потребительская политика нацелена предоставить потребителям больше информации о товаре или услуге, либо непосредственно, либо путем принуждения, чтобы продавцы раскрывать информацию. Чтобы эти меры стали эффективными, такие типы вмешательств должны быть продуманы самым тщательным образом. В целом набор инструментов потребительской политики включает меры стимулирования как со стороны предложения, так и со стороны спроса (рис.5-19)

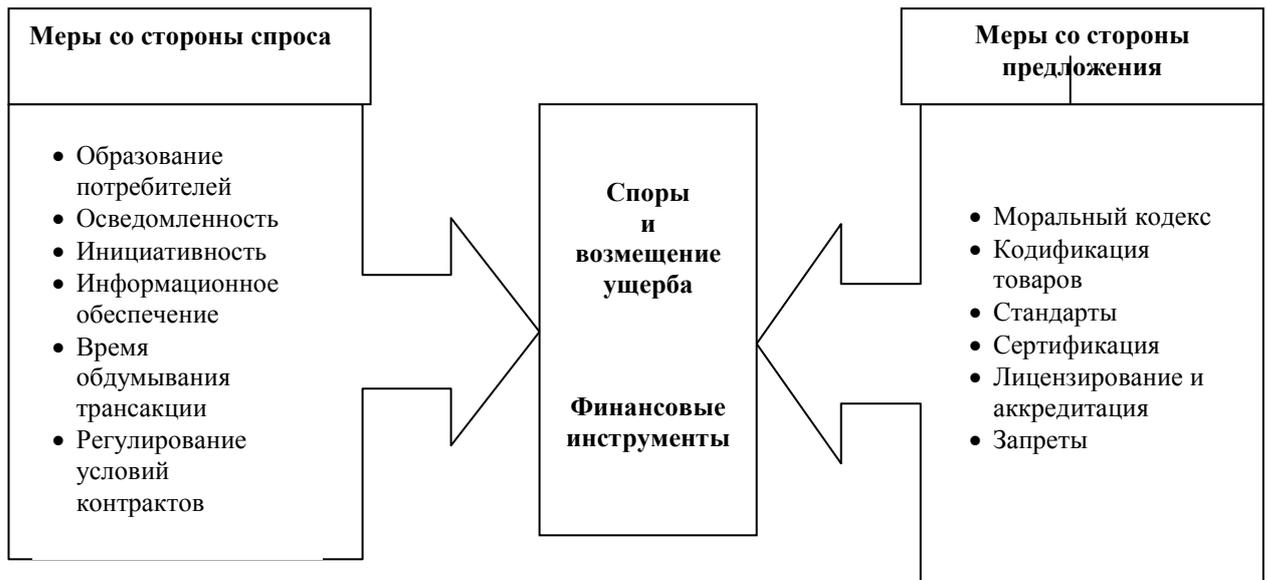


Рис. 5-19. Инструменты потребительской политики⁴⁹⁶

Таким образом, выводы существенно дополняют стандартные экономические модели, которые обеспечивает базовую структуру для оценки рынков и с учетом возможных политических вмешательств. Во-первых, выявленные эффекты и процессы позволяют определить те области, где государственное вмешательство является наиболее оправданным, например, ограничения на использование опций «по умолчанию» при составлении контрактов. Во-вторых, имеют значение для разработки эффективных политических мер, например, обязательное раскрытие информации является распространенным инструментом потребительской политики. Исследования показывают, что форма представляется информация, может оказать существенное влияние на реакцию потребителей и принятие решений, поэтому политики должны проявлять осторожность при проектировании раскрытия информации, если хотят достичь оптимальных результатов.

Страховые механизмы компенсации потребления

Важнейшим механизмом сбалансированности потребления домохозяйств в долгосрочном периоде выступает пенсионная система, аккумулирующая долгосрочные

⁴⁹⁶ Consumer Policy Toolkit. - OECD, Publishing, 2010 www.oecd.org/rights/

накопления граждан на пенсионных счетах. Общая для всех стран цель пенсионного обеспечения: благосостояние будущих пенсионеров, гарантия достойного уровня жизни каждому человеку в послетрудовой период.

Перманентная реформа пенсионной системы в России вызывает серьезные дискуссии в обществе, ставит вопрос о балансе интересов государства, населения и бизнеса. Так, Гонтмахер Е.Ш. считает, что должен быть выбор индивидуальных пенсионных стратегий для разных категорий населения. Нужны механизмы финансовой подстройки, стимулы для более позднего выхода на пенсию. Куликова Т.Ю. при распределительной системе пенсия базируется на принципе солидарности поколений, при накопительной - право владельца капитала на доход, что усиливает долговую нагрузку на экономику⁴⁹⁷.

Полагаем, что пенсионная система должна носить селективный характер, предоставляя населению возможность выбора распределительной и накопительной форм. Должна основываться на следующих принципах: ясность, прозрачность, посильность выполнения обязательств, безрисковость, гарантированность, возвратность

Применительно к современным условиям важная роль кредитно-финансового регулирования состоит в создании условий для действия механизмов реализации организованных форм сбережений, включая пенсионные накопления, обеспечивающих доверие к ним со стороны сберегателей и инвесторов. Реализация этой функции государственного регулирования возможна на основе включения в механизм регулирования системы контроля за рисками на финансовом рынке.

Укрепление финансового состояния банков, финансовых организаций, НПФ, усиление их взаимодействия с реальным сектором экономики невозможны без формирования нового уровня доверия финансовому сектору со стороны вкладчиков и других кредиторов, без создания целостной системы защиты их интересов на всех стадиях взаимоотношений с финансовыми структурами. Их клиенты должны быть уверены, что они имеют дело только с финансово-устойчивыми кредитными организациями.

Важным инструментом повышения доверия к банковской системе в целях привлечения сбережений населения стало принятие закона о страховании вкладов физических лиц⁴⁹⁸, заложивших организационные, правовые и экономические основы для функционирования системы страхования вкладов в стране. На законодательном уровне определено, что страхованию подлежат все денежные средства физических лиц, за исключением средств индивидуальных предпринимателей, вкладов на предъявителя, средств, переданных в

⁴⁹⁷ Куликова Т.Ю. Распределительная пенсионная система оптимальна для России // Журнал НЭА. - 2012. - № 3 (15). - С. 176-177

⁴⁹⁸ См.: Федеральный закон от 23. декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»

доверительное управление и вкладов в филиалах российских кредитных организаций, расположенных за рубежом.

С 2004 года наблюдается активный прирост вкладов населения в банковскую сферу, причины связаны, прежде всего, с ростом доходов населения и повышением размера страхового возмещения до 700 тыс. рублей тыс. рублей. Тенденция к увеличению наблюдалась у подавляющего большинства – 84,3% кредитных организаций.

В целях функционирования системы страхования банковских вкладов была создана государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов» (АСВ), а в качестве финансовой основы - Фонд обязательного страхования вкладов. Данный фонд изначально сформирован в сумме 41 млрд. руб., из которых 2 млрд. руб. – первоначальный имущественный взнос государства. На начало 2014 года размер фонда страхования вкладов составил 146,7 млрд руб. Остальная часть фонда формируется ежеквартальными отчислениями кредитных организаций РФ (рис. 5-20).

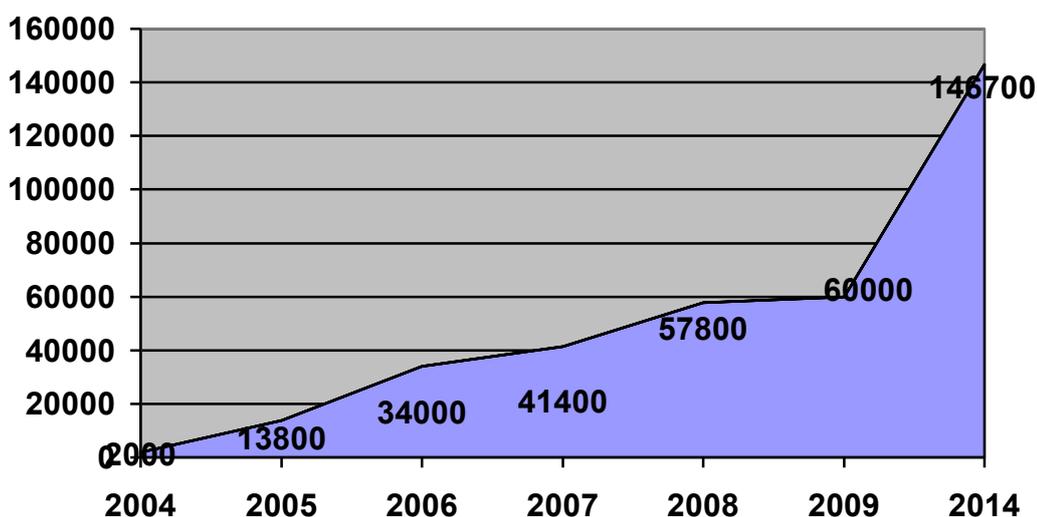


Рис.5-20 . Динамика средств Фонда обязательного страхования банковских вкладов, млн. руб.⁴⁹⁹

Структура фонда представлена тремя основными источниками: страховые взносы страховщиков (75%), имущественный взнос РФ (18%) и капитализированная прибыль (7%). С 2007 г. отчисления в фонд производятся в размере 0.13% от средней величины вклада в банке за квартал (ранее 0,15%).

За время функционирования системы страхования вкладов было зафиксировано больше 165 страховых случаев. Общая сумма обязательств Агентства по страхованию вкладов составила более 73 млн. руб. За период существования системы существования вкладов с 2004

⁴⁹⁹ По данным Агентства по страхованию вкладов. Официальный сайт АСВ http://www.asv.org.ru/agency/statistical_information/

по 2014 гг. более 842,5 тыс. вкладчиков получили компенсацию на сумму свыше 200,6 млрд. руб.⁵⁰⁰ В 2014 году в систему страхования вкладов включены 872 кредитные организации, сосредоточивших 99,3% всех денежных средств физических лиц, размещенных в банках (рис. 5-21).

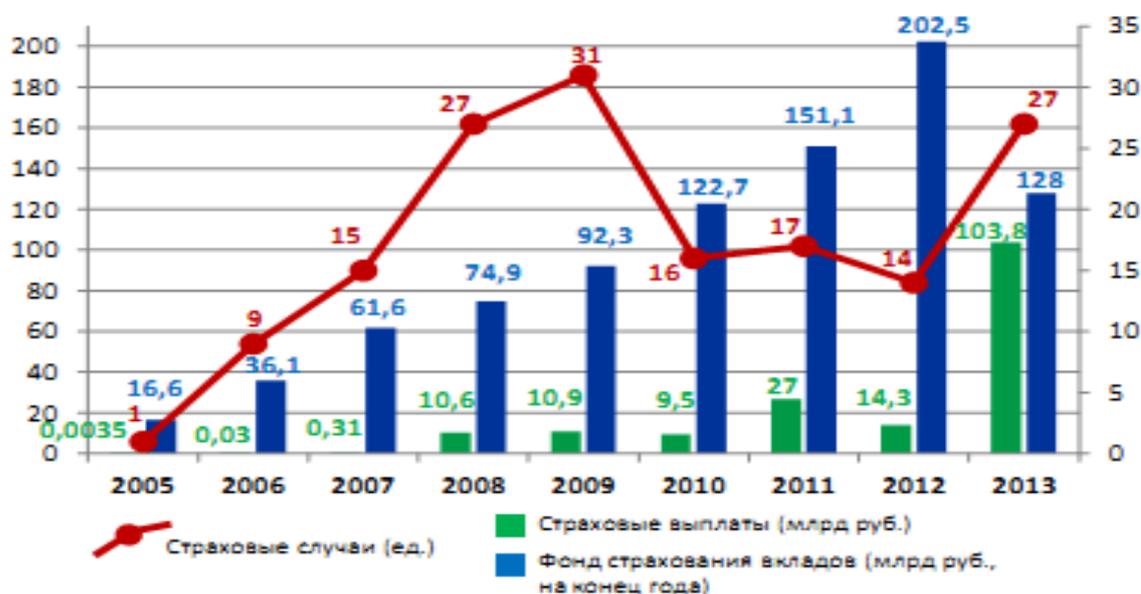


Рис.5-21. Страховые случаи и выплаты из страхового возмещения из фондов страхования вкладов

В перспективе обсуждается вопрос о росте страхового возмещения по банковским вкладам до 1 млн руб. в 2015-2017гг. Это позволит увеличить объемы сбережений граждан на счетах в банках и создаст хорошие предпосылки для роста инвестиционных ресурсов для российской экономики и выхода её из кризиса на основе собственных внутренних источников. Однако среди банкиров ведется дискуссия по поводу данной меры, Г.Греф, глава Сбербанка считает, что увеличение страхового возмещения должно сопровождаться разделением рисков между банком и вкладчиком, то есть при банкротстве кредитной организации вкладчику следует возвращать только «тело» депозита без процентов, поскольку высокие проценты есть плата за риск хранения денег в ненадежном банке.

Финансовые эксперты⁵⁰¹ считают, что следует вводить и добровольную систему страхования банковских вкладов. Причем добровольное страхование может распространяться как на юридических лиц, так и на физических лиц в части денежных средств, не попадающих под систему страхования на данный момент. Это суммы свыше 700 тыс. рублей, или вклады на предъявителя, и те ресурсы, которые переданы в доверительное управление.

⁵⁰⁰ Официальный сайт АСВ http://www.asv.org.ru/agency/statistical_information/

⁵⁰¹ Мельников А.Г. Дифференцированные взносы в фонд страхования вкладов // Деньги и кредит. – 2007.- № 12. – с. 51-60.

При добровольном страховании банковских вкладов, страхователем может являться сам вкладчик (рис.5-22).

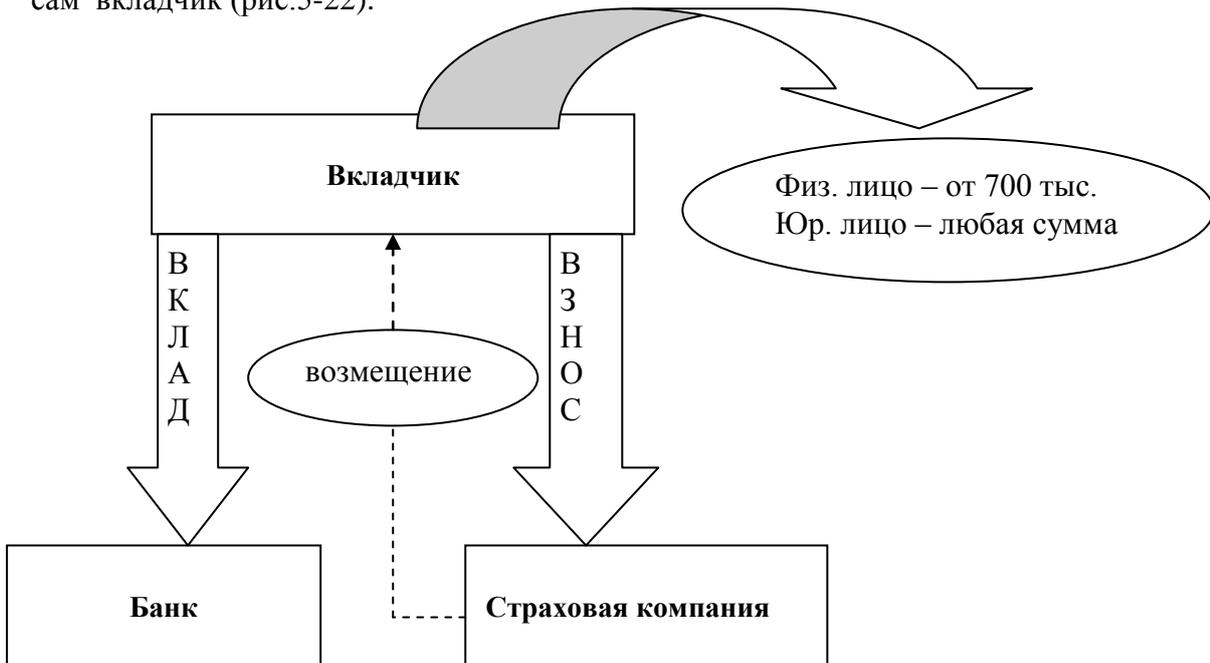


Рис.5-22. Схема добровольного страхования банковских вкладов, страхователем является вкладчик

В условиях кризиса и банк может взять на себя дополнительную ответственность по страхованию банковских вкладов, целью увеличения ликвидных ресурсов (рис.5-23).

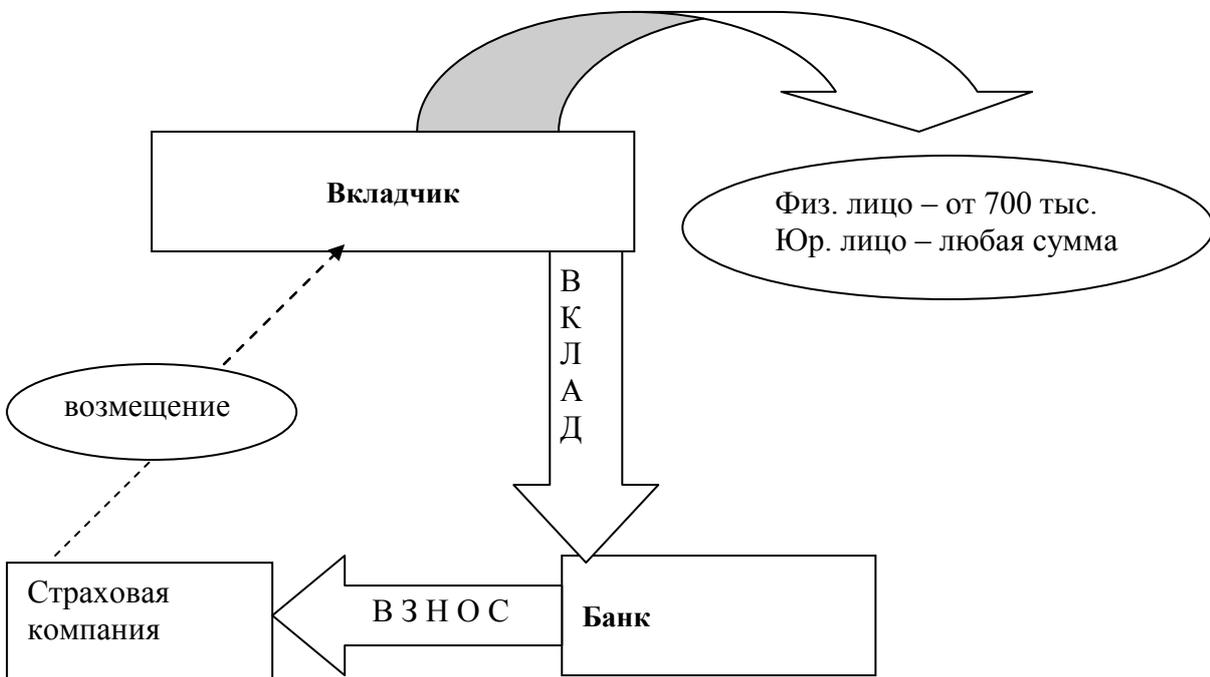


Рис. 5-23. Схема добровольного страхования банковских вкладов, страхователем является банк

Одной из наиболее действенных возможностей стимулирования населения к хранению денег в отечественных банках является расширение спектра услуг банковского обслуживания: ипотечное кредитование, потребительский кредит, открытие анонимных, или «номерных»,

счетов, а также использование любого другого положительного опыта иностранных банков. В частности, примером такого положительного опыта может являться решение банка об отмене комиссии за блокировку пластиковых карт в случае потери или кражи, а также комиссии за перевыпуск карты в течение ее срока действия. При открытии анонимных счетов на документах по этому виду вкладов не указывается фамилия, имя и отчество владельца. По сравнению с другими вкладами до востребования номерной вклад имеет самый маленький период капитализации – один месяц.

Эффект повышения уровня доверия между экономическими агентами может быть не только массовым, но и узкоспециализированным. В современных условиях становление доверительных отношений при персонализации финансового обслуживания клиентов активно проявляется в развитии сегмента VIP-банкинга путем предоставления премиум-услуг. Клиенты VIP-сегмента⁵⁰² пользуются рядом преимуществ индивидуального и конфиденциального обслуживания, имеет более низкие тарифы, персонального менеджера и прочие привилегии. В этих условиях опережающее предложение услуг банком для VIP-клиентов при ожидаемом спросе делает отношения более надежными и долгосрочными.

Одной из распространенных форм защиты от рисков, которые угрожают жизни человека и его благосостоянию, является личное страхование. Под личным страхованием понимаются перераспределительные отношения, гарантирующие индивиду компенсацию из ранее образованного страхового фонда при наступлении определенных событий. Личное страхование решает следующие задачи, во-первых, путем защиты от всевозможных рисков обеспечивает экономическую и социальную стабильность; во-вторых, служит одним из главных источников инвестирования капитала. Исходя из специфических особенностей рисков и конкретных форм их проявления по отношению к человеку и окружающей действительности, сложились определенные типы и виды страхования, воплощенные в страховом фонде.

В наиболее обобщенной форме личное страхование разделяется на обязательное (в силу закона) и добровольное (в силу договора между страховщиком и страхователем). К обязательному страхованию относятся пенсионное, медицинское, социальное страхование, отчисления в фонд занятости. Эти фонды создаются за счет средств предприятий и предпринимателей, а пользуются ими все граждане при наступлении страхового случая. Добровольное личное страхование содержит элемент самооценки потребителем вероятности риска в его жизни. От степени осознания этой вероятности зависит его материальное положение, состояние здоровья, и благосостояние членов семьи в случае наступления рискованной

⁵⁰² В банковской деятельности международная практика обслуживания VIP-клиентов имеет следующие направления : Private Banking (обслуживание частных клиентов); Affluent Banking (обслуживание зажиточных клиентов); High Net Worth Individual Banking (индивидуальный банкинг для лиц с крупным капиталом). См. Институт эволюционной экономики <http://iee.org.ua>

ситуации. Традиционно личное добровольное страхование включает: страхование жизни и здоровья, страхование пенсий и аннуитетов, страхование ответственности, страхование имущества, смешанное страхование.

В современных российских условиях значение добровольного личного страхования снижается, а обязательного возрастает (см. табл. 5-24), что обусловлено усилением роли государства в решении социальных вопросов и увеличением накоплений у населения.

Таблица 5-24

Соотношение добровольного и обязательного страхования, в % к итогу

Годы	Доля добровольного страхования	Доля обязательного страхования
2005	59,4	40,6
2006	56,0	44,0
2007	52,8	47,2
2008	49,1	50,9
2009	43,0	57,0
2010	44,1	55,9
2011	43,6	56,9
2012	42,8	57,2

Источник: составлено автором на основе данных ФСФР

Вместе с тем, развитие частного страхового рынка может осуществляться по нескольким направлениям:

- Расширение перечня предлагаемых страховых услуг;
- Дифференциация страховых услуг с учетом потребностей, возможностей и возраста потребителей;
- Оптимизация каналов сбыта страховой продукции;
- Объединение усилий страховщиков при возникновении рисков значительных размеров;
- Развитие страховой культуры.

На мировых рынках много лет существует специальная программа страхования финансовых рисков, позволяющая профессиональным участникам рынка минимизировать последствия мошенничества как собственного персонала, так и третьих лиц. Данный страховой полис имеет агрегированный лимит ответственности по всем страховым случаям, при этом франшиза (непокрываемый убыток) устанавливается для каждого страхового случая. Страховое возмещение выплачивается только страхователю, то есть непосредственно застрахованному

финансовому институту, в случае возникновения у него обязательств перед третьими лицами. Несмотря на то, что в развитых странах не существует нормативно закреплённого требования обязательного страхования подобных рисков, в США практически 100%, в Европе – 75-80% финансовых институтов имеют такое страховое покрытие, в России данная практика распространена только среди российских филиалов западных компаний. Учитывая неразвитость российского страхового законодательства, а также отсутствие опыта отечественных страховых компаний в области страхования финансовых рисков, появление идентичного страхового продукта в ближайшем будущем затруднено. Однако существует альтернативная возможность страхования ответственности инфраструктурных организаций в рамках страхования гражданской ответственности, что может значительно повлиять на снижение рисков и стать неотъемлемой частью системы защиты прав банковских вкладчиков и мелких инвесторов.

Механизмы повышения финансовой грамотности населения

На наноуровне механизм повышения финансовой грамотности включает: финансовое образование индивидов, самообразование, опыт родителей. Экономика страны в целом зависит от каждого семейного бюджета. При этом получение финансового образования – процесс перманентный, связанный с зарабатыванием и сбережением денег, выбором пенсионных программ. Люди испытывают финансовые трудности, потому что в детстве им не объяснили, что такое деньги. В результате они всю жизнь учатся работать за деньги вместо того, чтобы заставить деньги работать на себя. Доказательством данного тезиса может служить тот факт, что половина мирового богатства (недвижимость и финансовые активы) сосредоточена в руках 2% населения Земли. Искусству быть богатым не учат в школе, об этом сыну рассказывает отец – и так из поколения в поколение. Но если родители бедны и финансово неграмотны, получается замкнутый круг. Единственный способ его разорвать – популярно объяснить широким слоям населения правила поведения на финансовом рынке.

На микроуровне механизм повышения финансовой грамотности реализуется через консультирование независимых финансовых советников, информационную помощь локальных финансовых институтов, интернет-обучение, финансовое образование. Немаловажную роль в этом процессе может система образования со школы до вуза. К сожалению, в системе образования практически отсутствует адресное обучение основам личного финансового планирования, а опыт родителей, полученный на финансовом рынке, крайне ограничен и во многих случаях отрицателен.

Осознание обществом важности финансового образования населения, изучение опыта других стран в области повышения финансовой грамотности молодежи и будущих поколений должна предполагать:

- & расширение горизонтов финансового образования;
- & разработка и адаптация учебных материалов;
- & оценка эффективности образовательных программ;
- & выбор эффективных форм внедрения в учебный процесс;
- & подготовка преподавателей;
- & углубление научных исследований».

Для этих целей активно используются инновационные Интернет-технологии. На базе российского Web-сайта Visa создан раздел «Мои умные деньги» для широких слоев населения, который дополняется интерактивными ресурсами. Предлагается широкий спектр локальных программ повышения финансовой грамотности⁵⁰³.

Повышение финансовой грамотности населения нельзя ограничить только обучением, оно обязательно должно сопровождаться также повышением прозрачности работы самих финансовых институтов, доступности информации об их услугах, сравнимости условий по различным продуктам, повышением добросовестной конкуренции. Необходимо разработать и принять закон о финансовых услугах, который бы определил правила поведения на рынке любой компании, предлагающей товары и услуги населению с предоплатой, для защиты населения от мошенничества.

На мезоуровне существует механизм повышения финансовой грамотности населения посредством участия банковского сектора: реклама, различных банковских акций, персональные рассылки, индивидуальный поход к клиенту, разъяснительная работа и т.д. Готовится материал для повышения финансовой грамотности населения в области использования банковских карт. Проводятся семинары, чтобы повысить квалификацию банковских сотрудников, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами. Планируется повышать грамотность людей в финансовом аспекте, охватить этой кампанией все слои населения.

Мероприятия по повышению финансовой грамотности потребителей розничных платежных услуг посредством их информирования по значимым аспектам оказываемых услуг, включая возникающие риски:

-
- ⁵⁰³
- [«Школа начального финансового образования»;](#)
 - [«Финансовая культура и безопасность граждан»;](#)
 - [«Школа денег»;](#)
 - [«Финансовая грамотность» \(Академия народного хозяйства\);](#)
 - [Центр финансовой грамотности;](#)
 - [«Проект финансового образования в России «Повышение финансовой грамотности населения с низкими доходами «Планируй свое будущее»;](#)
 - [«Центр повышения финансовой грамотности»;](#)
 - [«Школа Аксакова»;](#)
 - [«Школа личных финансов для родителей»;](#)
 - [«JA– Больше чем деньги»™.](#)

- формирование для каждой целевой аудитории граждан (дети, молодежь, взрослое население, пожилые люди (пенсионеры), нерезиденты. Например, трудовые мигранты) адекватного представления о рынке розничных платежных услуг в РФ: платежных инструментах, связанных с ними рисках и их предотвращении (минимизации). Для данной цели банки, создавшие систему денежных переводов и платежей Contact, использует плакаты, прайс-листы, рекламные материалы, проводит семинары в странах – получателях переводов. Объем транзакций, осуществляемых через систему, интенсивно растет, а это значит, что деятельность по повышению уровня финансовой грамотности достаточно эффективна;
- разработка методических рекомендаций для организаций, предоставляющих розничные платежные услуги, качественного повышения информированности клиентов о предоставляемых им розничных платежных услугах и возможных рисках, связанных с их использованием.

Объективное развитие финансового рынка приводит не только к усложнению и дифференциации финансовых продуктов, но и к увеличению сложности и «цены» выбора на финансовом рынке. Кроме того, процесс сопровождается усилением конкуренции, повышением агрессивности рекламы и все большей доступностью кредитных продуктов.

На макроуровне формируется механизм государственного регулирования, к которому относятся создание, поддержка и реализация целевых программ и проектов, направленных на повышение финансовой грамотности российских граждан с учетом особенностей социально-экономических условий страны и накопленного российского и мирового опыта. В 2010 году Минфин России выделил на эти цели более 3,5 млрд. руб.. Разработана государственная программа «Развитие финансового образования и финансовой грамотности (2011-2015 гг.)»⁵⁰⁴, предполагающая:

- создание Координационного Совета;
- оценка уровня финансовой грамотности;
- Создание национального центра повышения финансовой грамотности;
- Создание call-центра;
- Прочие мероприятия.

Центральный Банк с 2008 года активно участвует в реализации национальной программы и предлагает собственные инструменты повышения финансовой грамотности населения в сфере банковских услуг. В рамках рабочей группы, созданной из представителей департаментов Банка России, предполагается: разработка информационных стандартов для различных групп

⁵⁰⁴ www.minfin.ru

населения; разработка стандартов предоставления розничных услуг; организация раздела на сайте Банка России в сети Интернет, посвященного финансовой грамотности населения. работа со СМИ в части отражения деятельности Банка России в данной области.

Ожидаемый социально-экономический эффект реализации проекта:

- повышение общего уровня сбережений домохозяйств;
- снижение рисков персонального банкротства;
- улучшение доступа населения к пользованию финансовыми услугами;
- повышение доли населения, участвующего в добровольном пенсионном накоплении;
- лучшая защищенность населения от финансового мошенничества.

Серьезная роль в процессе повышения финансовой грамотности отводится пенсионному фонду и налоговым органам. Важность национальной программы повышения финансовой грамотности в том, что система пенсионных сбережений должна быть максимально четкой и внятной. Необходимо предлагать различные варианты вовлечения населения в пенсионные планы. Ведь люди откладывают деньги на депозитные счета, не задумываясь над тем, что инфляция съедает львиную долю сбережений.

Для создания правовой среды и разнообразных финансовых продуктов надо и повышать налоговую грамотность, и предлагать различные варианты вовлечения населения в процесс, устранив дефицит налогового консультирования. Чтобы создать правильную среду, грамотные финансовые продукты, государство должно продвигать стабильную налоговую систему, повышать налоговую грамотность.

На мегауровне зарубежный опыт показывает, что тактика и стратегия мирового сообщества в области финансовой грамотности весьма разнообразна и включает различные механизмы её повышения.

Так, доля сбережений граждан Индии составляет 29% ВВП, что отражает определенный уровень финансового образования населения. Однако основная масса сбережений хранится в золоте: за последние 25 лет цена золота выросла в 54 раза, а рынок акций – в 129 раз. Работа по повышению финансовой грамотности граждан в Индии показала: около четверти местного населения не имеет никаких сбережений ни в новых, ни в старых финансовых инструментах, 55,4% откладывают деньги на образование, 36,6% – на свадьбу детей и 31,5% – на старость. Около 72% респондентов ни с кем при этом не консультируются, 58% респондентов хранят деньги в сберегательном банке, 6% имеют фиксированный депозит, в то время как 11% предпочитают периодический. Финансовое образование имеет большое значение для того, чтобы делать грамотные изменения в сбережениях и финансовом поведении. Каждая страна нуждается в разных финансовых посредниках, чьи стратегии необходимо учитывать.

Индийские финансовые инструменты и регуляторы приспособлены для того, чтобы конвертировать огромные и сложные задачи в возможности.

В США 1995 г. по инициативе компании Citigroup создана Национальная коалиция по повышению финансовой грамотности. Сначала в коалицию входило всего 10 организаций, сегодня их 160 (из 50 стран), в том числе правительственные структуры, бизнес, частные лица. Со временем многие из них запустили собственные мини-кампании по повышению финансовой грамотности.

На повышение финансовой грамотности населения потратили 200 млн долл., причем раньше финансировали только семинары и тренинги, потом запустили образовательные программы. Например, в США приступили к реализации проекта повышения финансовой грамотности овдовевших женщин. В результате 1400 домохозяек приняли участие в тренингах, узнали, как получить кредитную карту, как инвестировать свои сбережения.

В Мексике обучали людей открывать банковский счет (до этого 70% населения страны имело лишь смутное представление о банках). В Польше в рамках программы «Мои финансы» 216 тыс. студентов и школьников самостоятельно занимались инвестициями.

В Нидерландах 65% людей не знают, какой у них пенсионный план. В Великобритании 44% населения подписываются на определенный пенсионный план автоматически, не вникая в подробности. 33% работников в США не имеют никакого пенсионного страхования. Во Франции люди испытывают дискомфорт, выбирая пенсионный план, механизмы медицинского страхования. Поэтому правительство должно грамотно преподносить потребителям необходимую информацию. В Великобритании усилия всех заинтересованных сторон и механизмы повышения финансовой грамотности регулирует Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

В предстоящие десятилетия потребность в повышении уровня финансово-экономического образования в развитых и развивающихся странах будет увеличиваться. Расширение спектра финансовых продуктов, их усложнение, перекладывание ответственности с правительства и финансовых учреждений на физических лиц наряду с растущей ролью индивидуальных пенсионных накоплений сделают финансовое образование необходимым для всех потребителей.

В развивающихся странах повышение уровня финансовой грамотности может способствовать сокращению уровня бедности. Более высокий уровень финансового образования обеспечивает понимание гражданами особенностей работы налоговой системы, что в свою очередь способствует собираемости налогов и развитию малого и среднего бизнеса.

Таким образом, повышение финансовой грамотности приведет к большей стабильности финансовой системы, особенно в условиях перехода на режим инфляционного таргетирования,

улучшению уровня жизни населения и повышению их благосостояния. Осознание острой необходимости повышения финансовой грамотности стало одним из серьезных уроков нынешнего финансового кризиса. Это является важным условием построения новой глобальной экономики, которая будет защищена от повторных рисков и потерь.

В заключение можно отметить, что риски, которым подвержен в современных условиях российский потребитель, вызваны многообразием факторов. Недоучет причин и последствий падения уровня и качества жизни россиян, ухудшения здоровья и деградации российского населения, превалирование политических интересов над экономическими и социальными, могут привести к возрастанию рисков потребления. Применение эффективных механизмов на различных уровнях хозяйствования позволят снизить или минимизировать риски населения, что потребует объединения усилий государства, предприятий и самих потребителей.

По результатам анализа проблем пятой главы можно сформулировать следующие выводы:

1. Под моделью потребления домохозяйств понимаются формы экономического поведения потребителей, отражающие закономерности эффективного использования денежных средств, реализующееся через изменение платежеспособного спроса на товары и услуги и предложение сбережений.
2. На основе анализа движения доходов и расходов домохозяйств выделены следующие динамические модели потребления: подоходная, сберегательная, кредитная.
 - Под *подоходной моделью потребления (IMC – income model of consumption)* понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребительские расходы тратится весь доход, полученный в текущем периоде, и не имеется возможности откладывать сбережения и/или брать займы.
 - Под *сберегательной моделью потребления (SMC – saving model of consumption)* понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребительские расходы тратится меньше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся профицит капитализируется в виде финансовых активов и способствует накоплению экономического благосостояния.
 - Под *кредитной моделью потребления (CrMC - credit model of consumption)* понимается форма поведения домохозяйства, при которой на потребление расходуется больше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся дефицит покрывается за счет привлечения заемных средств.
3. Теоретический анализ позволили выявить, что принятие решения относительно выбора модели потребления обусловлено: во-первых, влиянием экономических факторов, важнейшими из которых является уровень располагаемого дохода, накопленное

богатство и ставка процента, во-вторых, различиями предпочтений домохозяйств по отношению к настоящему и будущему потреблению; в-третьих, их склонностью или несклонностью к риску; в-четвертых, стадией жизненного цикла, на которой находятся они в момент принятия решения.

4. На макроэкономическом уровне в краткосрочном периоде увеличение потребительских расходов за счет кредитных ресурсов приводит к повышению потребительского спроса домохозяйств, следовательно, и совокупного спроса, что вызывает рост ВВП. Однако долговое финансирование потребительских расходов, по сути, является скрытой формой сокращения капитала, особенно если кругооборот последнего происходит вне границ производства, что может выступать существенной причиной экономического кризиса.
5. В результате изучения мирового и российского опыта показано, что долговое финансирование потребления домохозяйств: 1) является механизмом межпоколенческого перераспределения ресурсов и благосостояния 2) может выступать существенной причиной экономического кризиса.
6. Под риском потребителя как экономической категорией в работе понимается противоречивые многоуровневые отношения между потребителями и другими экономическими субъектами в условиях неопределенности по поводу альтернативного выбора варианта решений для достижения удовлетворительного результата при условии возможного контроля за рискованной ситуацией. Выявлено, что доминантные риски потребителя в информационной экономике, к которым относятся финансовые риски и риски информатизации.
7. Предложен механизм снижения рисков потребителя, адекватный условиям информационной экономики включает: 1) внедрение эффективного режима потребительской политики с целью нейтрализации провалов рынка, открытости и большей симметричности информации; 2) развитие страховых механизмов компенсации потребления; 3) повышение финансово-экономической грамотности населения.

ГЛАВА VI. НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Каждое поколение пожнет то,
что посеяло предыдущее

Китайская пословица

6.1. Регулирование потребительского спроса в целях инновационного развития

Большинство макроэкономических моделей связывает динамику потребительского спроса с динамикой ВВП. На макроуровне функционирование экономики определяется агрегированными показателями поведения репрезентативного домашнего хозяйства (т.е. типичное поведение экономического агента, имеющего одинаковые предпочтения и одинаковую склонность к потреблению). Однако сложность данной процедуры заключается в том, что за показателями стоят интересы и предпочтения разных неоднородных групп домохозяйств, отражают огромное множество действий миллионов потребителей, отсюда вытекают сложности агрегирования и прогнозирования потребительского спроса.

Преимущества экономического роста для домохозяйств многообразны:

- 1) увеличение количества товаров и услуг в процесс роста обеспечивает потребителям более высокий уровень жизни;
- 2) экономический рост предоставляет населению более широкий выбор занятий, продолжительности рабочего и свободного времени;
- 3) снижает остроту бедности и экономической несправедливости.

Макросистема национальной экономики находится в равновесном состоянии при условии, что совокупный спрос (AD) равен совокупному предложению (AS) и равен величине национального дохода (Y), где выполняется основное макроэкономическое тождество:

$$AD=AS= Y = C + I + G + NX$$

Динамика структуры совокупного валового продукта ВВП (Y) за период с 1990 по 2010 гг. по некоторым странам мира приведена в табл. 6-1.

Как показывают результаты за период реформ в России доля потребления домохозяйств в ВВП практически не изменилась и примерно составляет 50%, что сопоставимо с Финляндией и Норвегией, но существенно ниже, чем в Германии, и на 20% ниже, чем в США. Однако это не означает, что структура российской экономики аналогична экономической структуре скандинавских стран. Высокий удельный вес государственных расходов при низком удельном весе личного потребления в этих странах связан с большой социальной поддержкой своих граждан. Стабильно невысокий уровень потребительских расходов российских

домохозяйств даже с учетом социальных расходов государства свидетельствует о том, что в течение четверти века благосостояние населения на агрегированном уровне фактически росло темпами существенно ниже темпов роста ВВП, т.е. существенный прирост благосостояния одних групп домохозяйств увеличивался за счет снижения благосостояния других, что характеризуется как Парето-неэффективное распределение.

Таблица 6-1

Динамика структуры использования ВВП по странам мира, в %

Страны	С, потребление			I (S).инвестиции			G, правительственные расходы			NX, чистый экспорт		
	1990	1995	2010	1990	1995	2010	1990	1995	2010	1990	1995	2010
РФ	47,66	49,20	50,5	30,34	24,69	22,5	21,78	21,89	18,5	0,22	4,22	7,9
США	67,88	67,89	70,5	14,48	14,68	17,7	18,89	18,73	16,7	-1,25	-1,30	-4,9
Германия	54,28	57,00	58,8	24,57	22,45	17,0	18,28	19,52	19,7	2,87	1,03	4,6
Финляндия	52,33	54,21	55,0	28,11	15,28	25,0	21,06	21,83	17,3	-1,50	8,68	2,7
Норвегия	49,46	49,36	41,6	23,28	23,87	23,1	20,70	20,74	19,7	.6,56	6,01	15,7

Составлено по материалам. *Дашевская И.В.* Сравнительный анализ структуры использования ВВП России и других стран.- М. 1998. – с. 12-13; Россия в цифрах.2013.- М.: Росстат, 2013. – с.592; Россия и страны мира. 2010. - М.: Росстат, 2010. – с.86-87.

Относительно доли инвестиций следует отметить, что в начале 90-х годов она была одной из самых высоких в мире, более 30% ВВП. Впоследствии удельный вес инвестиционных расходов заметно снижался, достигнув средней отметки в 22% за последние пять лет. Причем этот показатель выше, чем в США и Германии за аналогичный период. При относительной стабильности доли государственных расходов примерно 20% ВВП, резко вырос вклад чистого экспорта с 0,22% в 1990г. до 20,1% в 2000году и последующем понижении до 7,9% в 2012 году. Из этого следует: во-первых, экономический рост обеспечивается в основном не за счет инноваций и роста инвестиций, а вследствие экспорта природных ресурсов; во-вторых, российская экономика в большей степени ориентирована на внешний спрос, чем на внутренний, что и подвергает её резким колебаниям в зависимости от мировой конъюнктуры.

Более детальный анализ показывает, что исторический максимум значения потребительских расходов в постреформенный период был достигнут в 2009 году - 53,7% ВВП (рис. 6-1a). Однако ситуация связана скорее со значительным падением инвестиций, чем ростом благосостояния и потребления населения. В период последующей рецессии доля потребления снова начинает снижаться 2012 год – только 48,6% ВВП (рис. 6-1b).

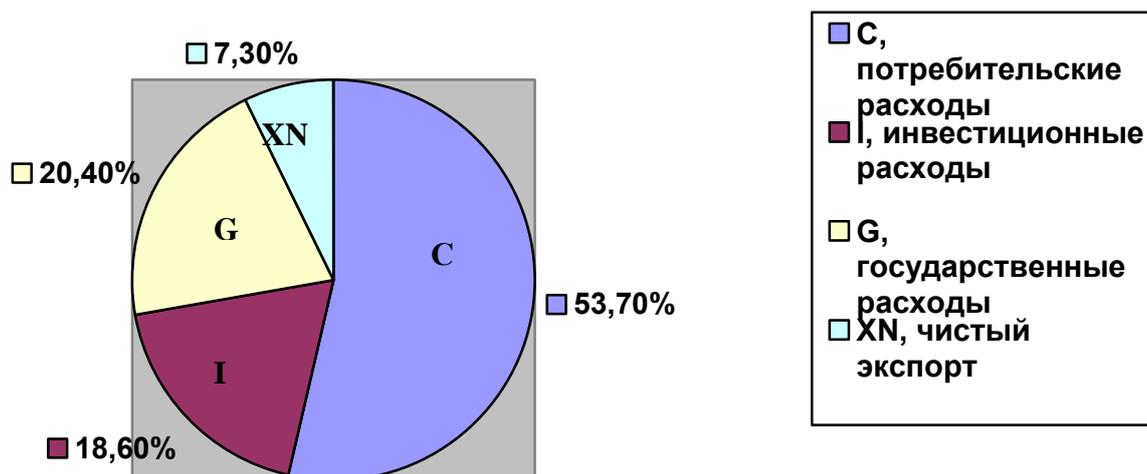


Рис. 6-1а. Структура ВВП России по расходам - 2009⁵⁰⁵

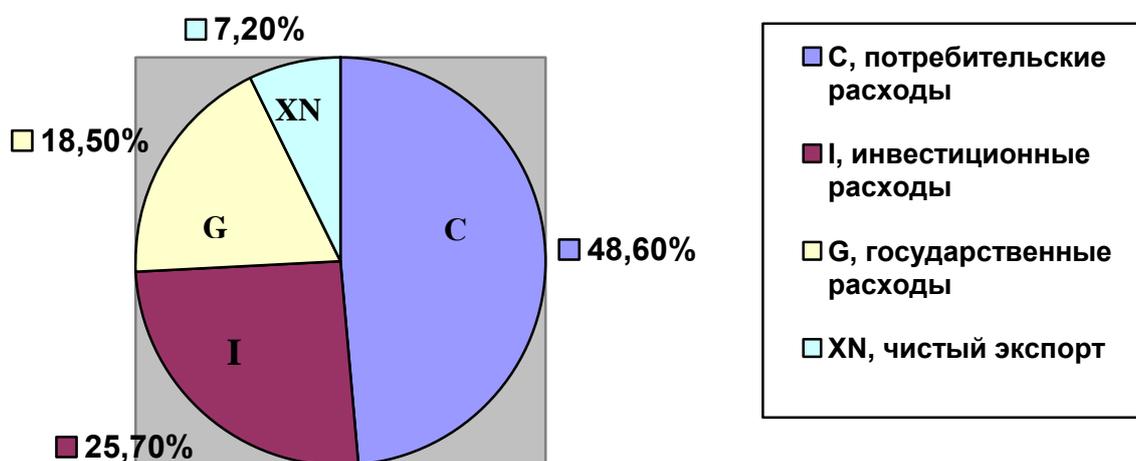


Рис. 6-1б. Структура ВВП России по расходам – 2012

В течение 2013 года рост отечественной экономики замедлился. По данным Росстата годовые темпы роста ВВП составили в 2012 г. – 3,4%, 2013 г. – 1,8%. МЭР прогнозирует в 2014 году рост на уровне 2,5%, в связи с восстановлением глобальной экономики, МВФ планирует на уровне 3,1%, но с вероятностью ухудшения прогноза. *Citigroup* давал прогноз 1,3%, в связи с изменением геополитической ситуации – понизил до 1%.

В основе стагнации российского ВВП лежат как внешние, так и внутренние факторы, вызванные циклическими колебаниями и структурной деформацией экономики:

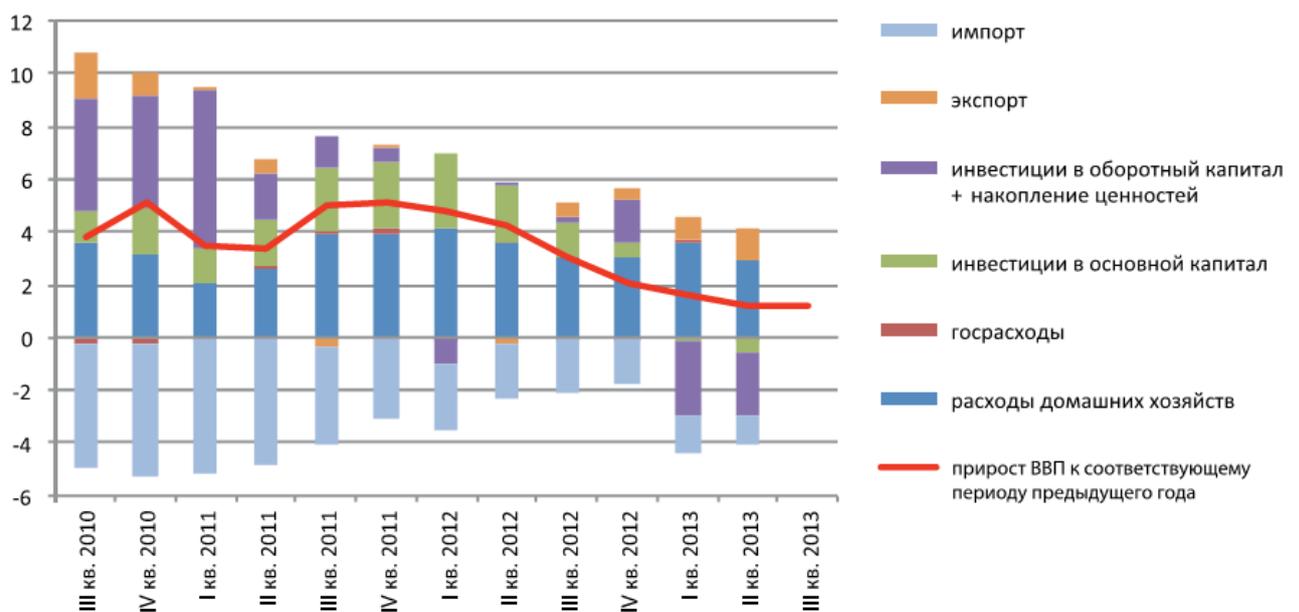
- Циклические факторы в основном связаны с высокой степенью внешней зависимости от сырьевого экспорта и колебания цен на энергоносители на мировом рынке.

⁵⁰⁵ Составлено автором по данным Росстат, 2013.

- Структурные проблемы вызваны недиверсифицированной структурой экономики, наличием неконкурентных предприятий и утратой целых отраслей (гражданское авиастроение, судостроение и др.).
- Ослабление внутреннего спроса отразилось на снижении инвестиционной и потребительской активности. Темпы роста потребления – основной движущей силы экономического роста в последние годы – серьезно замедлились по сравнению с прошлым годом. Резкое сокращение инвестиций было отчасти связано с завершением инфраструктурных проектов в рамках подготовки к зимней олимпиаде в Сочи и строительства трубопровода «Северный поток». Ухудшение предпринимательской уверенности, оказало негативное влияние на инвестиционный спрос.
- Внешний спрос восстанавливается крайне медленно, в основном из-за проблем в странах Евразии, которые являются основными торговыми партнерами России. Сжатие глобального спроса вызвало сокращение российского экспорта, что обусловило замедление темпов роста национальной экономики.

В докладе Всемирного банка по результатам экономического развития сделан вывод, что российская экономика достигла максимума своих возможностей и предела текущего потенциала роста⁵⁰⁶.

Посткризисная динамика ВВП, приведенная на рис.6-2, отражает вклад макроэкономических факторов его роста.



Источник: Росстат; расчеты Банка России.

Рис. 6-2. Годовой прирост ВВП по компонентам, в %⁵⁰⁷

⁵⁰⁶ Источник <http://www.worldbank.org/ru/country/russia/overview>

⁵⁰⁷ Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013 - С. 17

Из рис. 6-2. видно, что, начиная со второй половины 2011 года, основным фактором роста экономики стали потребительские расходы домохозяйств. Аналитики отмечают, что без вклада частного потребления в ВВП, его прирост по итогам 2013 года оказался бы нулевым. Однако в условиях замедления реальных доходов потребителей, темп прироста которых снизился с 3,4% до 1,7% в конце 2013 г., вклад данного фактора будет падать. Более того, в перспективе макроэкономическая ситуация ухудшается: наблюдается медленный рост уровня безработицы, и довольно существенный рост инфляции, спровоцированный девальвацией национальной валюты, особенно за первый квартал 2014. Потребительский спрос на импортную продукцию за аналогичный период снизился на 7,8%.

За время переходного периода российская экономика испытала два мощнейших экономических кризиса 1998 г. и 2008 г., их последствия существенно отразились на макроэкономической динамике потребительского спроса. На фоне усиления доходно-имущественной дифференциации населения, смены потребительских и сберегательных ориентаций происходят радикальные изменения в экономическом поведении домохозяйств, связанные с использованием располагаемых доходов. Последствием таких изменений является нарушение пропорционального соотношения между потреблением и сбережением. Обратимся к количественной характеристике процесса потребления (табл. 6-2).

Данные таблицы отражают противоречивые тенденции динамики потребления домохозяйств. На первый взгляд, потребительские расходы традиционно составляют большую часть располагаемого дохода, сбережения - меньшую. В динамике средняя и предельная склонность к потреблению повышаются, однако не в той пропорции, что рост дохода. Волатильность потребления за расчетный период в пределах года составляет 7%. Углубление диспропорций при распределении располагаемого дохода на потребление и сбережение можно объяснить двумя обстоятельствами. С одной стороны, на первом этапе реформ начинается новый цикл движения сбережений. Единовременное сжатие сбережений до нулевой отметки вызвало ускорение процессов текущего накопления. Население вынуждено в срочном порядке восстанавливать утраченные сбережения, постоянно бороться с их обесцениванием. С другой стороны, вследствие насыщения потребительского рынка расширяется потенциальный спрос населения, а возможность реализации растущих потребностей отсутствует. Домохозяйствам приходится прибегать к тактике накопления денежных средств для использования в будущих периодах. Подобная, с первого взгляда, положительная тенденция характерна для стран с низким уровнем дохода и первоначально низкой нормой личных накоплений, где общей закономерностью является высокий уровень сбережений. По оценкам специалистов, в начале 1998 года более 50% прироста денежного дохода ежемесячно направлялось на сбережения. На поверхности оказывается другая, скорее

отрицательная особенность - появление сверхпредпочтения накоплению, которое явно становится тормозом на пути нормального развития потребления.

Таблица 6-2

Динамика количественных показателей потребления

Годы	Средняя склонность к потреблению $APC=C/Y$	Средняя склонность к сбережению $APS=S/Y$	Предельная склонность к потреблению $MPC=\Delta C/\Delta Y$	Предельная склонность к сбережению $MPS=\Delta S/\Delta Y$	Предельная склонность к импорту $MPM=\Delta M/\Delta Y$
1992	0,79	0,21		-	0,23
1993	0,75	0,25	0,74	0,26	0,29
1994	0,69	0,31	0,67	0,33	0,48
1995	0,75	0,25	0,78	0,22	0,54
1996	0,74	0,26	0,72	0,28	0,52
1997	0,73	0,27	0,66	0,34	0,49
1998	0,83	0,17	1,20	-0,20	0,43
1999	0,85	0,15	0,88	0,12	0,38
2000	0,84	0,16	0,78	0,22	0,39
2001	0,83	0,17	0,835	0,165	0,41
2002	0,82	0,18	0,76	0,235	0,40
2003	0,77	0,23	0,62	0,38	0,42
2004	0,79	0,21	0,86	0,14	0,43
2005	0,79	0,21	0,83	0,17	0,45
2006	0,80	0,20	0,82	0,18	0,46
2007	0,82	0,18	0,95	0,05	0,44
2008	0,89	0,11	1,30	-0,30	0,41
2009	0,81	0,19	0,34	0,66	0,44
2010	0,80	0,20	0,76	0,24	0,40
2011	0,86	0,14	1,55	-0,55	0,36
2012	0,875	0,125	1,06	-0,06	0,38

Примечание. Рассчитано автором по материалам: Россия в цифрах. Краткий стат. сб. М., 2013. С.65; 550; Обзор российской экономики. 1999 год. М., 1999. Вып.1. С. 94: Социальное положение и уровень жизни населения России. Стат. Сб. М. Росстат, 2005. с. 124.

В результате экономического шока произошел резкий скачок потребительских расходов за счет ранее сделанных сбережений при явном сокращении поставок импорта и девальвации национальной валюты, что создало благоприятную возможность для восстановления общественного производства на основе импортозамещения.

За последующие годы ситуация в корне изменилась, сегодня девальвация вместо положительного эффекта будет иметь негативные последствия для потребительского спроса, ориентированного на импорт. В научном сообществе преобладает мнение о полезности девальвации рубля для вывода экономики из кризиса. Однако в большей степени разделяем точку зрения оппонентов данного тезиса. Сунцов М.⁵⁰⁸ активно критикует искусственную девальвацию национальной валюты в условиях профицита платежного баланса и видит в этом

⁵⁰⁸ Сунцов М. К вопросу о девальвации рубля и о реальных причинах текущего замедления экономики России www.mf-forum.ru

реальную причину замедления роста российской экономики. Выделяет несколько причин несостоятельности данного подхода:

- Неспособность в достаточной степени самостоятельно обеспечить потребительский спрос домохозяйств отечественными товарами и услугами;
- Спорность догмы «девальвация полезна системе, поскольку подавляет импорт и стимулирует экспорт»;
- Увеличение издержек потребителей: спрос на импортную продукцию не сократится, поскольку они занимают разные рыночные ниши с товарами отечественного производства, а переход в более дешевую нишу низкокачественных товаров потребитель рассматривает как снижение уровня жизни;
- Падение курса рубля не способно устранить «диспаритет инфляции», т.е. соотношение инфляции внутренней, связанной с ростом издержек, и внешней, связанной с приобретением импорта.
- Перевод денежных накоплений в валюту, что способствует оттоку капитала и сокращению инвестиционных ресурсов для реального сектора;
- Скупка нерезидентами российских ресурсов, чаще всего сырьевых предприятий и наиболее ценных активов;
- Прямые убытки предприятий по причине удорожания издержек по оплате долгов за импорт.

Таким образом, делается вывод, что в условиях экспортно-ориентированной экономики девальвация рубля будет иметь крайне негативные последствия.

Нестабильность потребительского спроса сильно зависит от инфляционных и девальвационных ожиданий населения. В условиях неопределенности достаточно сложно прогнозировать развитие на ближайшее время, не говоря уже о перспективе предугадать тенденции изменения факторов-детерминант в течение жизненного цикла человека. Отсюда детерминация «настоящим» сильнее, чем детерминация «прошлым» и «будущим». Иными словами, влияние текущего дохода на соотношение потребление-сбережение гораздо сильнее, чем влияние прошлых и будущих доходов. В связи с этим для характеристики динамики потребительского спроса воспользуемся инструментарием базовой модели Кейнса, разработанной конкретно для условий депрессивной, кризисной экономики.

Функциональную зависимость между изменением дохода и его частей в динамике наглядно отражает временная диаграмма, построенная на основании показателей табл. 6-2. Согласно данным пропорциональное соотношение между потреблением и сбережением за период 1992-2012 гг. колеблется в пределах двадцати пунктов (рис. 6-3).

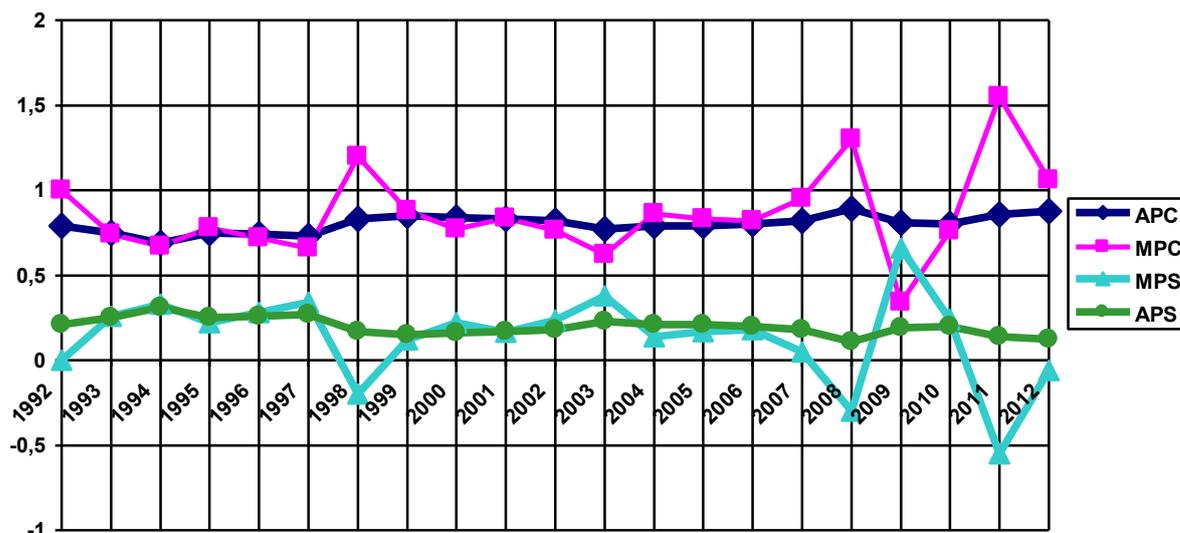


Рис.6-3 . Временная диаграмма функциональной зависимости потребления-сбережения

Временная диаграмма показывает, что динамика потребления и сбережений имеет скачкообразную траекторию движения. Реальные причины, вызывающие подобное движение, весьма разнообразны. Одна из причин связана с цикличностью развития, которое детерминировано депрессивной стадией экономического цикла. Исходя из этого, высокие показатели средней склонности к сбережению можно объяснить тем, что размеры сбережений действительно имеют повышательную тенденцию в моменты приближения спадов и кризисов. Это пост-фактум доказывают события кризисов 1998 и 2008 года, последствием которых стало резкое сокращение ранее накопленных сбережений населения: 1998 г. показатели составили $APS=0,17$ и $MPS= - 0,20$, в 2008 г. - $APS=0,11$ и $MPS= - 0,30$).

Эмпирическая проверка кейнсианской функции потребления демонстрирует хорошую аппроксимацию для краткосрочных отрезков времени (3-5 лет). Для этого используется модель линейной регрессии и применяется метод наименьших квадратов (МНК).

Подобные исследования, проводимые на основе данных официальной отечественной статистики, позволили рассчитать функцию потребления для России на протяжении нескольких временных интервалов:

$$\text{для периода 1985-1990 гг.: } C = 80,35 + 0,62 y$$

$$\text{для периода 1992-1995 гг.}^{509}: C = 66,0 + 0,67 y$$

$$\text{для периода 2000-2003 гг. } C = 226,014 + 0,764 y; R^2 = 0,874, DW = 2,25$$

$$\text{для периода 2005-2008 гг.}^{510}: C = 321,14 + 0,822 y; R^2 = 0,853, DW = 2,01$$

⁵⁰⁹ См. Гальперин В.М., Гребенников Т.И., Леусский А.И., Тарасенко Л.С. Макроэкономика. – Спб. 1997. – с. 52

⁵¹⁰ См. Демченко С.К Структурные изменения в потреблении и накоплении и их влияние на макроэкономическую динамику. Авторефер. дисс. д-ра экон. наук. Красноярск, 2009. – с. 20-21.

Авторские расчеты потребительской функции за период 2009-2012 гг с использованием данных таблицы показывают, что данная зависимость имеет следующий вид:

$$C = 423,99 + 0,927 y; \quad R^2 = 0,897, \quad DW = 2,195,$$

где C - потребительские расходы, млрд. руб.; y – располагаемые доходы домохозяйств; R^2 - коэффициент детерминации ($0 \leq R^2 \leq 1$); DW - статистика Дарбина-Уотсона ($0 < DW < 4$)⁵¹¹..

Проверка качества уравнения регрессии показывает высокую долю дисперсии и тесную зависимость потребительских расходов от располагаемого дохода, при этом наблюдается отсутствие автокорреляции между автономным потреблением и доходом.

Анализ динамики потребительской функции отражает существенные изменения в сфере потребления российских домохозяйств за период рыночной трансформации, и позволяет сделать некоторые выводы:

- За двадцать лет существенно вырос размер автономного потребления с 66,0 млрд. руб. в 1992 г. до 423,99 млрд. руб в 2012 году, что объясняется ациклическим характером. Чем меньше потребление зависит от дохода, тем слабее эффект мультипликатора.
- Предельная склонность к потреблению постоянно повышалась с некоторыми отклонениями в предкризисный период. Сильные деформационные скачки наблюдались в точках кризисов 1992-1993 гг., 1998-1999 гг. и 2008-2009 гг.,
- Чем большее количество домохозяйств имеют низкий уровень дохода, тем выше предельная склонность к потреблению в целом по экономике.

На основе функции потребления можно рассчитать мультипликатор, который обеспечивает количественную взаимосвязь между размерами потребления, сбережений, инвестиций и национального дохода.

В настоящее время широко используется модифицированная модель, учитывающая возросшую роль в экономике объема импорта (M) и подоходного налога (T), которые уменьшают величину мультипликатора. Согласно этой модели формула расчета мультипликатора расходов приобретает следующий вид:

$$k = 1 / 1 - (MPC - MPM) \times (1 - t),$$

где MPM – предельная склонность к импорту, t – предельная ставка подоходного налога.

Тогда, коэффициент мультипликатора, рассчитанный по модифицированному варианту с использованием функции потребления и предельной ставки подоходного налога – 0,13 (0,35 до 2002 года), предельной склонности к импорту составляет:

⁵¹¹ Замков О.О. Эконометрические методы в макроэкономическом анализе. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. - с. 28-31

За период 1985 -1993 гг – $k = 1,34$;

За период 1992 1995 гг. – $k = 1,23$;

За период 2000- 2003 гг. - $k = 1,46$

За период 2005- 2008 гг. - $k = 1,49$

За период 2009- 2012 гг. - $k = 1,86$

Из этого следует, что потребительского спроса недостаточно чтобы вызвать мощную мультипликационную волну. Причина такой парадоксальной ситуации заключается в том, что эффект плоской шкалы подоходного налогообложения домохозяйств нейтрализуется эффектом импортных покупок. Предельная ставка подоходного налогообложения 0,13 введенная в 2002 году, должна активизировать потребительский спрос и усилить мультипликационный эффект. Однако за пределами высокая склонность к потреблению импорта (примерно 40%) становится тормозом для развития отечественного производства. Причем с ростом доходов населения данная тенденция только усиливается. Даже жители сельской местности предпочитают покупать товары импортного производства, в том числе продукты питания. Иными словами, в России формируется общество потребления импорта, что делает экономку крайне уязвимой, особенно в ситуации экономических и геополитических кризисов.

Анализ данных табл. 6-3 показывает разнонаправленные изменения в структуре российского импорта.

Таблица 6-3

Товарная структура импорта, в % к итогу

Показатели	2000	2012	Изменения за период
Продовольственные товары и сельхоз сырье	23,8	13,0	-13,8
Минеральные продукты	1,7	1,0	-0,7
Продукция химической промышленности	20,7	16,1	-4,6
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из меха	0,3	0,6	+0,3
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	4,5	4,8	+0,3
Текстильные изделия и обувь	3,9	5,4	+1,5
Металлы, камни и изделия из них	5,0	5,8	+0,8
Машины, оборудование и транспортные средства	36,3	52,1	+15,8
Прочее	3,2	4,8	+1,6

Примечание. Составлено авторам по материалам: Россия в цифрах. 2013. – М.: Росстат, 2013 – с. 549

Положительной тенденцией является снижение закупок продовольствия более, чем в 2 раза, химической продукции на 4,6 %, что отражает точки роста российской экономики и

ослабляет угрозу продовольственной безопасности страны. Однако это не компенсирует рост импорта остальных товаров и особенно высокотехнологичной продукции (автомобили, катера, яхты, мотоциклы, бытовая техника и т.д.), что подчеркивает неразвитость данного производства на территории страны. Внутренне производство сосредоточено на изготовлении дешевого и низкокачественно продукта, да и то в тех рыночных нишах, где импорт нерентабелен.

Структура прироста внутреннего спроса показывает, что на протяжении последних лет спрос во многом обеспечивается ростом внутренних цен, частично за счет роста импорта, и в меньшей степени развитием внутреннего производства (рис.6-4).

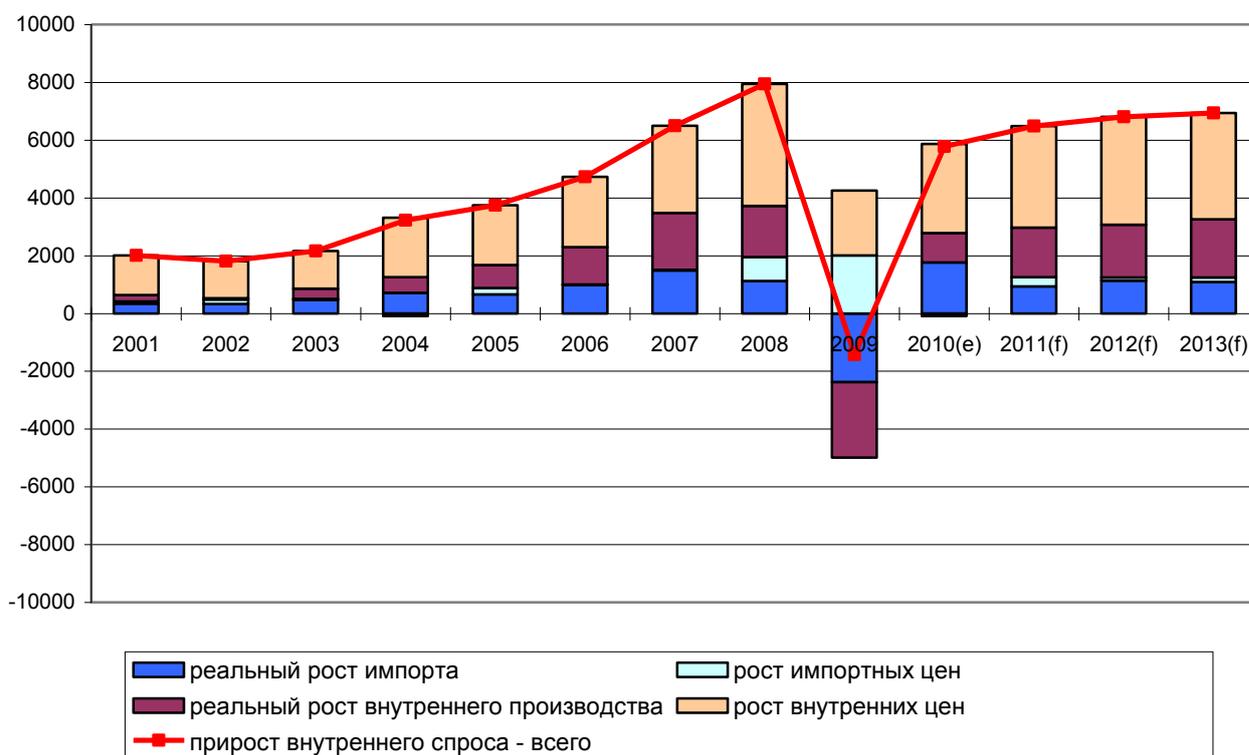


Рис. 6-4. Структура прироста внутреннего спроса ⁵¹²

Отсюда, наблюдается дисбаланс внутреннего потребительского спроса и внутреннего производства товаров потребительского сегмента: спрос при росте доходов населения опережает предложение из-за низкого темпа роста производства потребительской продукции.

Таким образом, сфера потребления товаров ориентирована на импорт, а сфера инвестиций - на экспорт. В результате эффект мультипликатора и акселератора, проявляющийся через взаимодействие потребления и инвестиций, не оказывает существенного влияния на экономику

Проведенный макроэкономический анализ позволяет заключить:

⁵¹² Источник: Ведев А.Л. Центр стратегических разработок (ЦСР) Косой

- Потребительские расходы российских домохозяйств в структуре ВВП составляют не более 50%, то есть ниже среднего уровня развитых стран - от 2/3 до 3/4.
- Макроэкономическая динамика в краткосрочном периоде определяется темпами роста потребительского спроса, который в последнее время поддерживался не за счет роста доходов населения, а в основном за счет привлечения кредитных ресурсов.
- Низкий уровень налогообложения доходов населения нивелируется высокой склонностью потребления импорта. Импортозависимость потребления снижает эффект мультипликатора расходов, не придает достаточного ускорения для выхода на траекторию устойчивого роста.
- Соотношение потребления, сбережения и инвестиций задают параметры макроэкономической динамики и структуры национальной экономики, должны быть направлены на долгосрочную перспективу

Это требует переориентации российской экономики на расширение отечественного производства предметов потребления, ориентированных на емкий внутренний рынок и поддержание эффективного спроса. В современных условиях в ряде стран предлагается формирование инновационной стратегии государства, нацеленных помимо ускоренного развития высокотехнологичных производств на активизацию наукоемкого потребления и развитие сектора услуг. Ориентация на *высокотребовательное* конечное потребление со стороны домохозяйств будет стимулировать отечественных производителей использовать самые современные технологии как в производстве, так и в продвижении продукции⁵¹³.

В связи с этим необходима системная диагностика и постоянный мониторинг в сфере потребления на разных уровнях хозяйствования (микро, мезо, макро) с целью обеспечения условий расширенного воспроизводства, способствующего повышению благосостояния населения страны как главной цели экономического развития

В долгосрочном периоде динамика ВВП определяется величиной капитала, который зависит от: 1) нормы сбережения, определяющей инвестиции в физический капитал; 2) расходов на образование, определяющей инвестиции в человеческий капитал; 3) темпов роста народонаселения; 4) технологического прогресса.

Первые три показателя имеют прямое отношение к потреблению домохозяйств. Согласно правилу «золотого накопления», рост нормы сбережений приведет к

⁵¹³ Татаркин А.И., Буркова Т.В. Наукоемкое потребление в новой парадигме социально-экономического развития // Вестник ЮУзГУ. Серия 2 Экономика и менеджмент». Вып. 8.- 2008.- № 30. - С.69.

первоначальному снижению уровня потребления, однако возможно к повышению потребления в будущем. Важное свойство долгосрочных периодов: *темпы роста* экономики не зависят напрямую от нормы сбережения⁵¹⁴, но она влияет на уровень ВВП и уровень жизни⁵¹⁵, а следовательно на уровень потребления.

Эмпирические данные показывают, что норма личных сбережений к ВВП выросла за десять лет фактически в 3 раза (см. табл. 6-4)

Таблица 6-4

Динамика нормы личных сбережений, в % к ВВП

Годы	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)
Норма сбережений	7,1	11,8	12,6	16,0	16,1	16,6	18,9	22,4	22,1

Примечание: Составлено по данным официального сайта Центробанка России (по состоянию на 01.02.14): www.cbr.ru

С учетом сбережений государства в Фонде национального благосостояния - 4,3% ВВП и Резервного фонда - 4,3% ВВП, общая норма сбережений составляет более 30% ВВП, что создает высокий внутренний сберегательно-инвестиционный потенциал российской экономики. Это создает «окно инвестиционных возможностей», т.е. наращивание инвестиций за счет совокупных сбережений без сокращения текущего потребления.

Однако государственные расходы на образование имеют тенденцию к снижению: в 2013 г. - 4,3% ВВП, 2014 г. - 4,2% ВВП, 2015 г. - 4,1% ВВП⁵¹⁶. При замедлении темпов роста ВВП до нулевой отметки усилится волатильность доходов и потребления населения, что в совокупности приведет к падению инвестиций в человеческий капитал и негативно отразится на инновационном развитии информационной экономики.

Отсюда, наращивание инвестиций в физический капитал входит в противоречие с накоплением человеческого капитала. Более того, снижение социальных расходов может привести к дальнейшему падению темпов роста народонаселения. По прогнозам международных организаций к 2050 году сокращение населения России составит более 25% (см. табл. 6-5), что потребует разработки человеко-сберегающих технологий. Низкое потребление сегодня - наши не рожденные дети завтра.

⁵¹⁴ Норма сбережения (отношение сбережений к ВВП) с 50-х гг. составила в США 18%, Германия – 24 %, Япония – 34%.

⁵¹⁵ *Бланшар О.* Макроэкономика: Учебник. Пер. с англ. под ред. Л.Л.Любимова. - М.: ГУ-ВШЭ, 2010. – с.233 (671 с.)

⁵¹⁶ Федеральный закон № 216-ФЗ от 28 ноября 2012 года «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов»

Десятка стран с наибольшим населением

	Страна	Население 2000	Население 2012	Прогноз на 2050	ВВП на душу, 2012	Прирост(+). убыль (-) за 50 лет
1.	Китай	1 268 853 362	1 343 239 923	1 303 723 332	7 532	-
2.	Индия	1 004 124 224	1 205 073 612	1 656 553 532	3 274	+
3.	США	282 338 631	313 847 465	439 010 253	47 932	+
4.	Индонезия	213 829 468	248 645 208	313 020 847	4 086	+
5.	Бразилия	176 315 621	193 946 886	260 692 493	10 737	+
6.	Пакистан	146 404 914	190 291 129	276 428 758	2 485	+
7.	Нигерия	123 178 818	170121 740	264 268 405	2 286	+
8.	Бангладеш	130 406 594	161 013 804	238 587 279	1 454	+
9.	Россия	146 709 971	142 517 670	109 187 353	15 326	- 25.7 %
10	Япония	126 729 223	127 368 088	93 073 825	33 343	-26,5%
Весь регион		3 618 894 827	4 096 187 325	4 950 1420 178	-	+
Мир в целом		6 084 907 596	7 017 846 922	9 256 342 700	-	+31,9%

Составлен:по: Олейник А.П. Мир в цифрах, - М.,2012 (1) The Top 10 Most Populated Countries of the World Table was updated for June 30, 2012. (2) Detailed data for individual countries may be found clicking on each country name. (3) Demographic (population) estimates for years 2000, 2010, 2012 and 2050 are based mainly on mid-year data from the US Census Bureau website. (4) The China population data is for the mainland only. (5) Data from the Internet World Stats website may be cited, giving the due credit and establishing an active link back to Internet World Stats. (6) For definitions, navigation help and methodology, see the Site Surfing Guide. Miniwatts Marketing Group. 2013, <http://www.internetworldstats.com/stats8.htm>

Следовательно, потребление домохозяйств должно достигнуть такого количественного уровня и качественного состояния, сформировать такую структуру потребностей, которые на данном уровне развития технологий и экономики обеспечивают создание всех предпосылок для расширенного воспроизводства человеческого потенциала и развития творческой деятельности как индикатора успешности инновационного развития.

В результате целенаправленных действий правительства в сфере бюджетной политики в последние годы удалось решить ряд существенных задач. Выполнены принятые социальные обязательства государства. Создание Резервного фонда и Фонда национального благосостояния позволило пройти период мирового кризиса без резкого снижения уровня жизни граждан, поддержать финансовую инфраструктуру и реальный сектор экономики. Удалось снизить и удержать государственный долг на приемлемо низком уровне, бюджетная политика стала существенным фактором устойчивого снижения инфляции.

Анализ показателей федерального бюджета России 2012-2014 гг. в части финансовой поддержки отраслей социальной сферы показывает, что почти половина его расходов имеет социальный характер и сосредоточена по направлениям, определяющим уровень жизни людей: оплата труда, пенсий, социальных пособий, образование, здравоохранение, жилье. Однако в структуре социальных расходов сохраняется перекос в сторону финансирования прямых выплат для поддержания текущего уровня доходов населения, но не обеспечивается должным

образом модернизация и развитие социальной сферы, в частности систем здравоохранения, образования и науки⁵¹⁷. Отсюда, замещение государственных расходов на образование частными, как это наблюдается в российской экономике (бюджет 2013-2015), не приведет к желаемому росту ВВП долгосрочном периоде.

Ключевой фактор системных изменений – способность экономики генерировать технологические изменения. Реализуемые в инновациях – технологических и продуктовых, данные изменения обеспечивают многократный рост производительности труда и, как следствие, рост экономики. В передовых индустриальных странах новые технологии обеспечивают 85% ВВП. При этом процесс развития технологий современная экономическая наука связывает с накоплением человеческого капитала.

Однако в большинстве развитых экономик в последнее десятилетие происходит замедление темпов технического прогресса. О.Бланшар⁵¹⁸ выделяет следующие причины:

- Ошибка измерения (трудность измерения производительности труда в непроизводственных секторах, нескорректированность ВВП на качество товаров, что завышает инфляцию и занижает производительность)
- Развитие сферы услуг, где рамки для технического прогресса ограничены
- Уменьшение расходов на научные исследования и разработки: снижение не объема, а плодотворности R&D

По оценке Всемирного банка в 2010 году производительность труда в России составляла всего 43% от уровня стран ОЭСР с высоким уровнем доходов и 74% от уровня стран ЕС с развивающейся экономикой⁵¹⁹. Столь низкое значение данного показателя обусловлено, прежде всего, низким уровнем инвестиций субъектов экономики в «накопление знаний». Внутренние затраты на исследования и разработки в России в 2011 году составляли 1,12 % ВВП, что практически в два раза ниже уровня 1990 года (в 1990 году – 2,03%). По значению данного показателя Россия значительно отстает от развитых стран. В Швеции, Японии, Дании и Швейцарии внутренние затраты на исследования и разработки превышают 3% ВВП, в США составляют 2,8% ВВП⁵²⁰. Сокращение объемов финансирования науки привело к снижению

⁵¹⁷ Мухаметдинова Н.М. Проблемы бюджетной поддержки инновационного развития России // Человеческий фактор. Общество и власть. – 2012ю - № 1 (28). – с. 2-5

⁵¹⁸ Бланшар О. Макроэкономика. – М.: ГУ-ВШЭ, 2010. – с.274-275.

⁵¹⁹ Всемирный банк. Доклад об экономике России. Поддержка роста и снижение рисков. Апрель 2012, № 27. С.10.// <http://www.worldbank.org/content/dam/worldbank/document/rer-27-march2012-rus.pdf>

⁵²⁰ Российский статистический ежегодник, 2012// http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d5/21-20.htm

удельного веса наукоемкой продукции в общем объеме экспорта в 10 раз. Доля России в общем объеме мирового рынка наукоемкой продукции составляет 0,3%.

В сложившихся условиях становится очевидной необходимость повышения эффективности производимых государственных расходов, рост которых способен вызвать достаточно длительный положительный нарастающий эффект в объеме ВВП. Программы модернизации социальной сферы – образования, здравоохранения, реализуемые российским государством, могут стать источником мощного импульса развития базовых отраслей постиндустриальной экономики – геномной инженерии, клеточных технологий, нанобиоиндустрии, наноэлектроники, молекулярной и нанофотоники, и др.

В результате, государственные программы модернизации отраслей развития человеческого потенциала должны быть нацелены не только на обновление материально-технической базы бюджетных учреждений, их реорганизацию, но и на развитие высокотехнологичного сектора экономики, ориентированного на производство предметов потребления, что обеспечит определенный мультипликативный эффект в экономике.

Динамичный характер изменений в информационном укладе экономики кроме прочего касается направления вложения инвестиционных ресурсов. Современная практика инвестирования подтверждает, что повышенную рентабельность имеют активы, содержащие высокий уровень нематериального фактора.. Длительное время в структуре инвестиционных вложений домохозяйств доминировали инвестиции в жилищное строительство, однако за время кризиса приоритеты изменились (рис. 6-5).

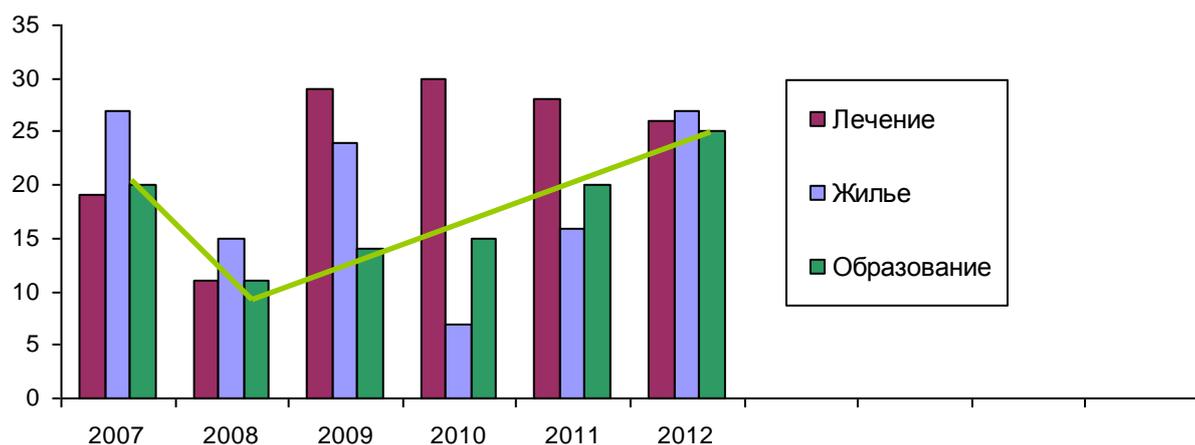


Рис.6-5. Доля домохозяйств, осуществляющих сбережения на указанные цели, в % от всего населения⁵²¹

Начиная с 2009 года, наблюдается резкий рост расходов на лечение и профилактику здоровья, что является залогом долголетия и продолжительной трудовой деятельности. В

⁵²¹ Построено по: Россия в цифрах, 2013

последние годы государство сделало достаточно существенные вложения в здравоохранение, но по отношению к ВВП эти расходы остаются практически на неизменном уровне и существенно уступают расходам западноевропейских стран (3,2% в 2009 г. по сравнению с 6–9% в большинстве стран ЕС). Первоначальное сокращение государственного финансирования происходило на фоне повышения потребностей населения в медицинской помощи. По данным исследований уровня жизни населения, за двадцать лет общая заболеваемость на 100 тыс. населения выросла на 45%, первичная заболеваемость — на 19%, особенно быстро росла заболеваемость онкологическими (на 85%) и сердечно-сосудистыми (в 2,3 раза) заболеваниями, требующими особенно значительных расходов на лечение⁵²². Потребность в дополнительных финансовых средствах также повышалась в силу постарения населения. Разнонаправленная динамика потребностей населения и государственного финансирования здравоохранения привела к тому, что располагаемые общественные ресурсы в расчете на случай заболеваний сократились на 10% и лишь в последующие годы стали расти.

Нехватка государственных средств компенсировалась наращиванием частных расходов. За период 1994–2007 гг. их объем в неизменных ценах увеличился почти в 8 раз. Столь значительный рост частных расходов в какой-то мере отражает реакцию населения на предложение новых медицинских услуг и лекарственных средств. Для части населения с доходом выше среднего оплата медицинской помощи является средством получения более качественной медицинской помощи. Имеет значение и рост ответственности населения за свое здоровье. На смену патернализма приходит сочетание государственной и личной ответственности за состояние здоровья. К этому следует добавить рост понимания работодателями необходимости вкладывать средства в поддержание здоровья работников в форме прямой покупки медицинских услуг для персонала или приобретения полисов добровольного медицинского страхования⁵²³.

Особое место в структуре накоплений занимают финансовые средства домохозяйств на образование. Если в 1990 г. все образование всех ступеней было бесплатным, то в 2010 г. уже 40% молодежи, получающей образование, начиная от общего среднего и заканчивая более высокими его ступенями, полностью или частично возмещали затраты на обучение (рис. 6-6).

⁵²² Уровень и образ жизни населения России в 1989-2009 годах. – М.: ГУ-ВШЭ, 2011. -С.35.

⁵²³ Там же, с.37.

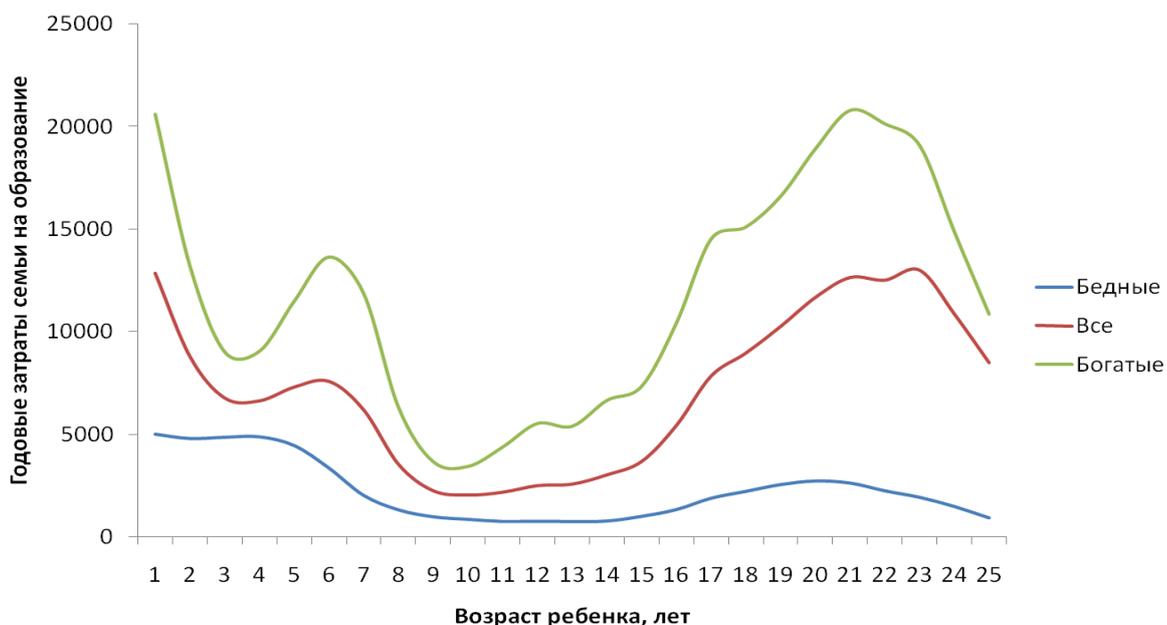


Рис. 6-6. Динамика расходов домохозяйств на образование с учетом дифференциации

Среднее образование в РФ считается бесплатным, однако ежегодно родители инвестируют денежные средства в образовательные учреждения либо через попечительские советы, либо напрямую приобретая мебель и оборудование, осуществляя ремонт помещений, пополнение библиотечного фонда и т.д. По данным Счетной палаты в 2009 году государственные образовательные учреждения получили около 144 млрд. руб. от родителей, что составляет около трети всех доходов системы образования.⁵²⁴ Начальное и среднее профессиональное образование испытывает явный дефицит финансирования. Как отмечает, Бобков В.Н.⁵²⁵, дети из состоятельных семей в училища и колледжи не идут, более того они уезжают учиться за границу, где получают высшее образование на коммерческой основе, что равносильно финансированию социальной сферы зарубежных стран.

Наибольшие масштабы в России приобрело платное высшее профессиональное образование (рис.6-7). В учреждениях высшего профессионального образования эти показатели составили 62% и 54%, соответственно, и финансируется в основном за счет средств домохозяйств более 90%⁵²⁶.

⁵²⁴ По данным Счетной палаты РФ

⁵²⁵ Бобков В.Н. Социальные реальности и социальные перспективы. 20 лет капиталистических трансформаций в России: влияние на уровень и качество жизни// Мир России. – 2-12. - № 2.

⁵²⁶ По данным: Платное обслуживание населения в России. 2009; 2010.

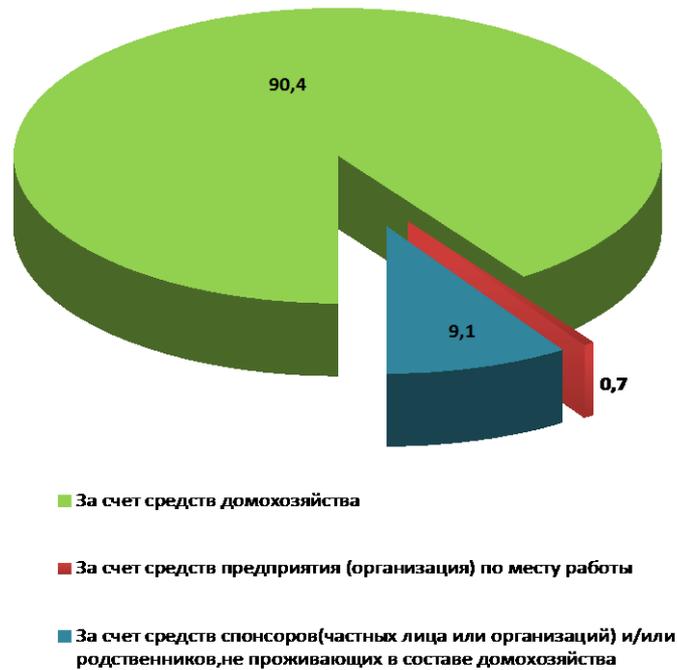


Рис.6-7. Источники финансирования платного профессионального образования, в %

По данным исследований ВЦУЖН, в 2000 г. - 32,9%, в 2005 г. - 24,9%, а в 2009 г. - 18,5% желающих приобрести профессиональное образование не смогли его получить по причине недостатка финансовых средств⁵²⁷. Увеличивается доля населения, для которого высшее профессиональное образование является недоступным по материальным причинам, особенно высок процент для многодетных и неполных семей.⁵²⁸ Опросы желающих получить высшее профессиональное образование свидетельствуют, что до 80% родителей ориентировались на полную или частичную оплату поступления и обучения своих детей⁵²⁹.

Рост популярности высшего образования привел к существенному увеличению удельного веса работников с высшим образованием в общей численности занятых. Одна из причин - инвестиции в собственное образование или образование детей, гипотетически связано с ростом будущих доходов, отдача от вложений в профессиональное образование постоянно растет (рис.6-8).

⁵²⁷ По данным: Образование в Российской Федерации: 2001; 2006; 2010.

⁵²⁸ Бобков В.Н. Указ. соч. – с. 21- 22

⁵²⁹ По данным: Образовательные ресурсы домохозяйств 2008. – с. 84

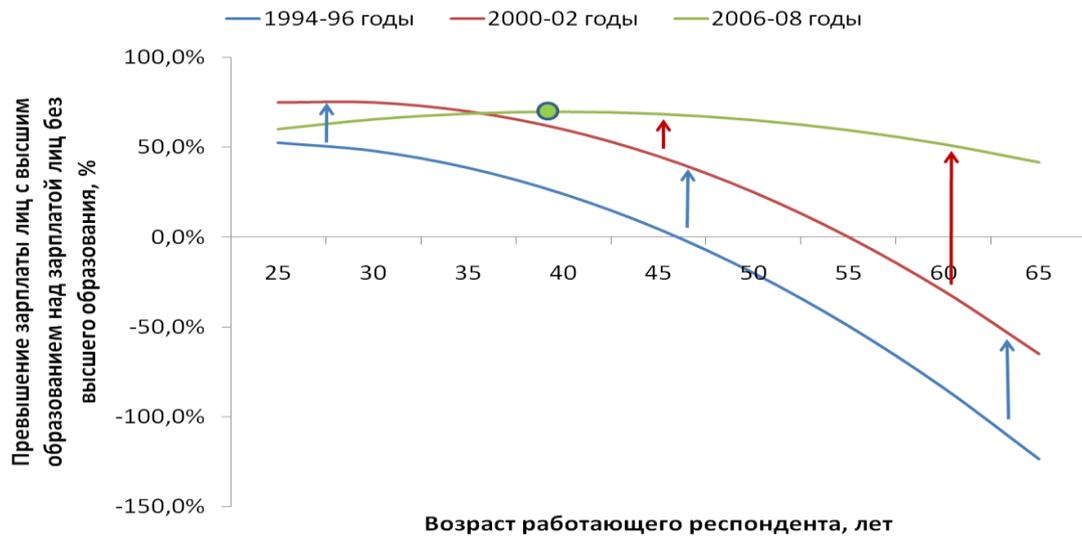


Рис.6-8. Отдача от высшего образования в России

За годы рыночных реформ премия за высшее образование увеличилась почти в 3 раза. Между тем отдача от образования, учитывающая затраты на подготовку к поступлению и непосредственно на обучение в вузах, возросла примерно в 2 раза и до настоящего момента изменилась незначительно⁵³⁰. Как отмечает О.Бланшар, именно высшее образование является релевантным пределом экономического роста. Однако, экономист предупреждает, если большинство людей будет иметь высшее образование, они могут стать слишком квалифицированными и, возможно, более *бесполезными*, а не более производительными⁵³¹, особенно при условии отсутствия высокотехнологичных рабочих мест.

Выявленные тенденции можно интерпретировать неоднозначно. С одной стороны, домохозяйства вынуждены с каждым годом все больше тратить на здравоохранение и образование, что воспринимается как минус по сравнению с началом реформ. С другой стороны, потребители готовы тратить средства и имеют возможность делать это, что является позитивным моментом. Во-первых, в сознании россиян произошел сдвиг в сторону понимания того, что лучшее образование означает возможность более обеспеченной жизни в будущем, т.е. затраты на образование рассматриваются как инвестиции. Во-вторых, появившаяся возможность тратить существенные средства на образование указывает на общий рост благосостояния, потому что расходы на образование не считаются первоочередными затратами. В данном случае можно сделать вывод, что в этой социальной группе уровень благосостояния населения не ухудшился.

⁵³⁰ Кузьминов Я. Материалы XI Международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. Отв. ред. Е.Г.Ясин. – М.:ГУ ВШЭ, 2011.

⁵³¹ Бланшар. О. Макроэкономика. – М.: , 2010. – с. 253

Таким образом, можно заключить, в российской экономике наблюдается достаточный, но сильно дифференцированный сберегательно-инвестиционный потенциал домашних хозяйств: богатые инвестируют в социальную сферу зарубежных стран, бедные слои населения не имеют сбережений, нулевой и даже отрицательный инвестиционный потенциал. Следовательно, в социальную сферу вкладывают в основном представители среднего класса, сберегательные возможности которого ограничены невысокими доходами и низкой капитализацией имущественных и финансовых активов, что не гарантирует резкого роста инвестиций в российскую социальную сферу.

Согласно «Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года»⁵³² в 2015 – 2030 гг. при консервативном варианте реальная заработная плата в целом будет расти со среднегодовым темпом 4 %, а ее рост к 2030 году составит 2,1 раза. С учетом более высоких темпов роста экономики при инновационном варианте темпы роста реальной заработной платы составят 4,9 %, и к 2030 году она увеличится в 2,5 раза, при форсированном варианте – 6,2 % и 3,2 раза соответственно. За период 2013 - 2030 гг. реальные располагаемые денежные доходы населения вырастут в 2,3 раза. (рис.6-9)

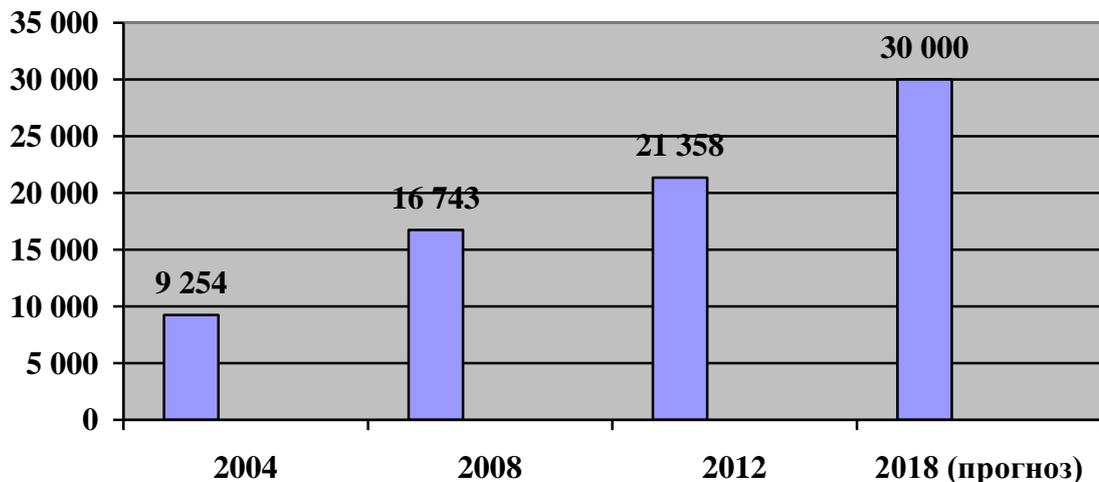


Рис. 6-9. ВВП на душу населения в России, в долл. США⁵³³

При увеличении денежных доходов населения ожидается рост потребления, стимулируемый высокими темпами потребительского кредитования и снижением нормы сбережения. Склонность к сбережению за период 2013 - 2023 гг. снизится почти на 20 % и к 2023 г. достигнет уровня 7,5 %. В связи с ростом в структуре населения лиц предпенсионного возраста и старше, норма сбережения начнет несколько ускоряться, в 2028 – 2030 гг. под

⁵³² Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года www.economy.gov.ru

⁵³³ По данным www.vestifinancs.ru/infographics/ (Дата обращения 01.11.2013)

влиянием демографических факторов траектория склонности к сбережению вновь вернется к снижающемуся тренду. Рост оборота розничной торговли и расходов на услуги превысит рост денежных доходов населения, среднегодовые темпы за период 2012 – 2030 гг. составят 4,7 % и 5 % соответственно.

При *консервативном варианте* прогноза в результате более медленных темпов роста заработной платы и социальных трансфертов среднегодовые темпы роста реальных доходов населения в 2012 - 2030 гг. составят 3,7 %. В этих условиях розничный товароборот и платные услуги будут расти среднегодовыми темпами 3,8 % и 4,1 % соответственно.

При *форсированном варианте* прогноза, предусматривающем дополнительное финансирование приоритетных направлений, темпы роста денежных доходов населения ускорятся. Реальные доходы относительно 2011 г. вырастут в 2,8 раза. Розничный товароборот превысит уровень 2011 г. более чем в 3 раза, при этом среднегодовые темпы роста составят 5,9 %.

На основе анализа финансовых возможностей макроэкономических субъектов: государства и домашних хозяйств, как источников финансирования социального государства, можно сделать следующие выводы.

- Со стороны государства: несогласованность бюджетной и социально-экономической политики государства проявляется в сокращении расходов на социальную сферу (бюджет 2013-2015), что противоречит целям развития социального государства.
- Со стороны домохозяйств: инвестиционные возможности ограничены дефицитом финансовых ресурсов большинства населения
- Недостаток финансирования, неэффективное использование финансовых ресурсов социальной сферы, становятся фактором тормозящим социальное и инновационное развитие России.

Рецессия мировой экономики, снижение активности отечественной экономики, вынуждают вновь обратиться к вопросу об эффективности социально-экономической модели, реализуемой в России, критически осмыслить накопленные серьезные проблемы в воспроизводственном механизме, определить направления приложения усилий по их разрешению. Потенциал сырьевой модели исчерпан, недиверсифицированная структура отечественной экономики в современных условиях не способна обеспечить ей устойчивого развития. В данной ситуации жизненно необходима альтернативная модель развития российской экономики, нацеленная на повышение ее конкурентоспособности и сохранения основ социального государства.

6.2. Формирование модели информационного государства благосостояния

Реализация отношений потребления, их интенсивность и эффективность, напрямую зависит от модели социально-экономического устройства страны, от соотношения рыночных и государственных механизмов регулирования.

Глобальный финансово-экономический кризис имел разрушительные последствия для социального государства или государства благосостояния, характеризующиеся общими негативными тенденциями: сокращением социальных программ, коммерциализацией социальной сферы, увеличением пенсионного возраста, ростом безработицы, и как следствие падение реальных доходов, потребления и благосостояния населения. Наблюдается процесс обострения противоречий между информационной экономикой и государством благосостояния. Социальная сфера общественной жизни остается крайне напряженной и уязвимой, является объектом политических дебатов и манипуляций. В мире происходит активный поиск новой модели социального государства: конвергенция существующих (европейский вариант), поиск новых форм – трансатлантическая модель (американский вариант), создание социального государства для резидентов (азиатский вариант)⁵³⁴.

Концепция социальной рыночной экономики⁵³⁵. предусматривает синтез гарантированных правовым государством политических, экономических свобод и идеалов социального государства, гарантирующего социальную защищенность граждан и социальную справедливость. Здесь понятие «социальное» означает, что рыночное хозяйство в силу своей эффективности создает материальные предпосылки для обеспечения того или иного уровня благосостояния для всех слоев населения. В то же время гарантируется комплекс свобод и прав, среди которых важное значение имеют свобода экономической деятельности или экономического выбора, конкуренции, равенство возможностей и т.д. В этом смысле, в качестве главного гаранта жизнеспособности социального порядка и сохранения стабильности общества выступает государство, способное обеспечить баланс между экономической эффективностью и социальной справедливостью. К странам, реализующим принципы социального государства относятся

⁵³⁴ *Кадомцева С.В.* Совершенствование бюджетных отношений Группой двадцати: формирование транснациональной модели социального государства. / Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие. Материалы Шестой международной конференции, 7-19 апреля 2013. Сб. статей. Том 1 / Под ред. А.А.Аузана, В.П.Колесова, Л.А.Тутова. – М.: РГ-Пресс, 2013.

⁵³⁵ См.: *Muller-Armack A.* Soziale Marktwirtschaft // Handwörterbuch der Sozialwissenschaften. Bd. 9. Stuttgart, 1965; *Ламперт Х.* Социальная рыночная экономика: Германский путь / Пер. с нем. М., 1993; *Эрхард Л.* Благосостояние для всех. М., 1991.

страны Большой семерки, скандинавские страны и Финляндия, Нидерланды, Бельгия, Швейцария, Австрия, Греция и Португалия, страны ЦВЕ (Венгрия, Польша, Словаки, Чехия), страны Балтии и др., а также страны Персидского залива, в которых принципы социального государства распространяются только на резидентов.

По мере усиления роли человеческого фактора в экономическом росте и глобальной конкурентоспособности при переходе к новой экономике в конце 90-х годов происходит отказ от противопоставления экономической и социальной политики. Лиссабонская стратегия Европарламента (2000) провозглашает интеграцию экономических и социальных целей, построение активного государства благосостояния, которое с помощью социальных инвестиций предоставляет своим гражданам рабочие места, отвечающие современным требованиям. Модель государства социальных инвестиций становится ориентиром для формирования социальной стратегии как развитых, так и развивающихся стран⁵³⁶. На смену модели распределительного социального государства приходит модель стимулирующего (продуктивного) социального государства, которое при проведении своих социальных программ повышает качество рабочей силы, стимулируя инвестиции в человеческий капитал, и минимизирует отрицательное воздействие на рынок труда через регулирование размеров и продолжительность пособий по безработице. Шведская социал-демократическая партия ещё с 1981 г. начала воплощать идеи этой социальной модели в реальную социальную политику государства. После прихода к власти лейбористов политика социальных инвестиций активно осуществлялась в Великобритании. Усиление роли государства привело к значительному росту социальных расходов, несбалансированности бюджета. Новая трансформация модели социального государства предполагает уход от институтов индустриальной эпохи и формирования институтов, отвечающих требованиям новой глобальной экономики, основанной на знаниях.

Финансово-экономический кризис 2008 – 2009 гг., приведший к значительному ухудшению качества жизни населения, потребовал ускоренного формирования системы глобального регулирования, разработкой которой занимаются ведущие страны. Если в XX веке в рамках ЕС существовало несколько моделей социального государства (социально-демократическая, неолиберальная, континентальная, южная и др.), то в настоящее время происходит формирование единой модели европейского социального государства⁵³⁷. В условиях глобализации обостряется противоречие между американской и европейской моделями социального государства. Европейская модель, характеризующаяся большими

⁵³⁶ Taylor-Gooby P. The New Welfare State Settlement in Europe. // *European Societies* -2008- 10(1).

⁵³⁷ Adema W., Fron P. and Ladaïque M. Is the European Welfare State Really More Expensive?: Indicators on Social Spending 1980-2012. OECD Social, Employment and Migration Working Papers. 2011, № 124

социальными расходами, проигрывает американской по экономическим результатам, что проявилось в увеличении разрыва в жизненных стандартах европейцев и американцев за последние 25 лет. Происходит конвергенция европейской и американской социальных моделей, в результате чего возникает *трансатлантическая модель социального государства*.

В восточно-азиатской социальной модели, основанной на низких социальных расходах и налогах, усиленном внимании к образованию и развитию, государство выступает в роли не производителя, а регулятора социальных услуг, предоставляемых частным сектором, граждане не считают предоставление государством социальных услуг своим социальным правом. На базе трансатлантической и восточно-азиатской модели социального государства происходит формирование новой *транснациональной модели социального государства* благодаря сближению идей и механизмов всех моделей.

Необходимость для государства обеспечить международную конкурентоспособность, приводит к сокращению прямого участия государства в социальных программах (см. рис. 6-11), т.е. производством и предоставлением социальных услуг занимаются частные организации, при сохранении участия государства в финансировании этих программ, хотя поощряется благотворительность.

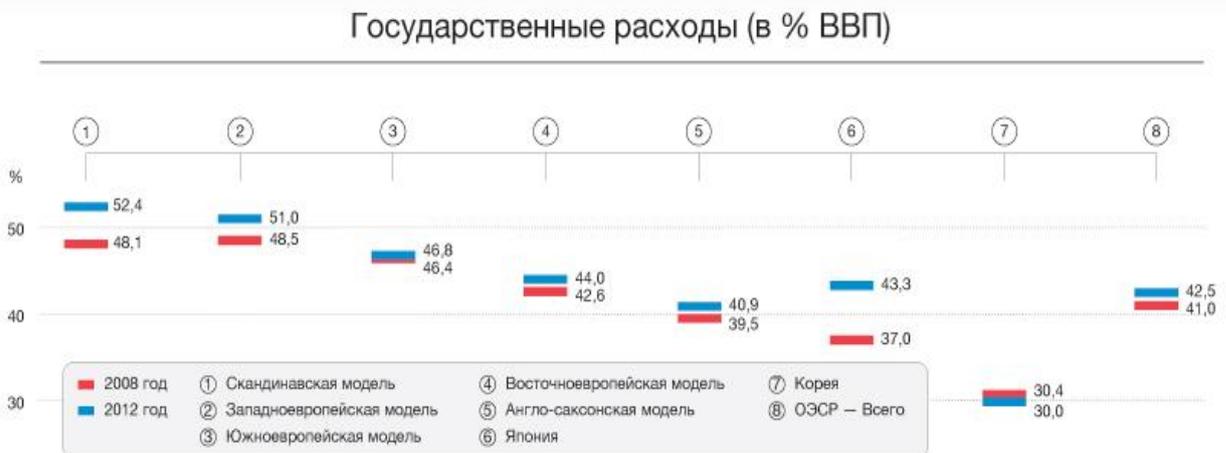


Рис. 6-11. Государственные расходы в различных моделях социального государства, в % ВВП⁵³⁸

Увеличивается доля трудящихся по сравнению с работодателями в финансировании социальных программ, социально активный бизнес становится помощником государства. В условиях повышения роли интеллектуального капитала работников в конкурентоспособности предприятий, бизнесмены все чаще выделяют средства на переподготовку и повышение

⁵³⁸ По данным <http://www.g20civil.com/ru/>

квалификации персонала, идут на сотрудничество с вузами и научными институтами для модернизации производства. Для сокращения социальных расходов государства предполагают перейти от общих социальных программ к программам, основанным на проверке доходов.

Конвергенция моделей социального государства сопровождается нарастанием процессов структурной трансформации в направлении информационной экономики. Хотя история её развития насчитывает около четверти века, можно очертить некоторые контуры первых моделей информационного общества, где разные страны достигают сходных уровней технико-организационной информационности, отправляясь от разных исторических путей и культур, используя различные институты и разные формы общественной организации.

В литературе выделяют три разные технологически и экономически модели информационного общества:

1. «Калифорнийская модель» или «модель Силиконовой долины» - открытая информационная экономика рыночного типа;
2. «Сингапурская модель» - авторитарное информационное общество;
3. «Финская модель» - открытая информационная экономика социального типа.

Эти модели приносят сходные результаты в области технологический новшеств, роста производительности и экономической конкурентоспособности, но имеют резкий контраст институциональных основ и социальных последствий для общества.

Кагарлицкий Б. описывает эти модели как разные философии⁵³⁹. Американская модель строит сетевые отношения по принципу гигантского супермаркета, а финская модель – по принципу глобальной библиотеки. В первом случае речь идет о покупке товаров, во втором – о доступе к знаниям, информации и социальным услугам; для одних информация – обычный товар как любой другой, для других - общественное благо, часть человеческого знания. Доступ к Сети – это шанс для человека изменить свою жизнь к лучшему, гарантия того, что можно подняться по социальной лестнице, если есть желание, воля и силы, это равные стартовые возможности для всех без исключения (по принципу инклюзии)..

В финской модели высокотехнологичное производство развивалось при активной поддержке государства и увязывалось с подъемом других отраслей. В американской модели новая экономика не только изолирована от старой, но и противопоставлена ей, «если на вершине пирамиды – новая экономика с её поразительными возможностями, то в основании - полурабский труд миллионов нелегальных эмигрантов»⁵⁴⁰.

⁵³⁹ Кагарлицкий Б. Информационное общество в долине Мумии-троллей/ Информационное общество и государство благосостояния. – М.: Логос, 2002. –с.217.

⁵⁴⁰ Там же. С. 218.

Научно-технический прогресс позволил современным обществам овладеть невиданными прежде технологическим потенциалом, огромным объемом информации, ноу-хау, управленческого мастерства и финансовых средств; радикальным сдвигам подверглась структура общественного производства и занятости; стало возможным почти полное удовлетворение материальных потребностей населения; коренным образом изменились мотивы и ценностные ориентиры людей.

Современные развитые государства представляют собой «общество благосостояния», или «общество двух третей». Большинство жителей достигло такой структуры и уровня потребления, который позволяет им перейти к более продуктивной производительной деятельности – к различным формам творческого труда. Экономика развитых стран имеет действительные достижения, воспринимаемые «двумя третями» как социальная справедливость, но без отрицания базовых устоев этой экономической системы.

В соответствии с Конституцией РФ, Россия является социальным государством, что означает высокую государственную значимость формирования системы социальных гарантий и законодательного регулирования социальной сферы. Социальная политика позволяет реализовать основные конституционные права граждан. Долгосрочным приоритетом социального государства являются инвестиции в человека. Социальная сфера выступает важнейшим фактором формирования и накопления человеческого капитала, а, следовательно, мощным генератором нового экономического роста. В основу реформирования положен инвестиционный принцип, позволяющий превратить социальную сферу в «трамплин для модернизации»⁵⁴¹. В перспективе предполагается, что вложения в образования, науку, здравоохранение, жилье окупятся и принесут доход, что усилит национальную экономику. Однако замедление темпов экономического роста российской экономики в 2013 году до 1,8% ВВП ставит под угрозу выполнение социальных обязательств государства.

Изменение ситуации связывают с формированием инновационного типа экономики России, где особое внимание уделяется развитию новых институтов, созданию современной инфраструктуры, внедрению инноваций на всех уровнях хозяйствования, вложению инвестиций в человеческий капитал, выделению в качестве приоритетов знаний и высококвалифицированного интеллектуального труда, создающего наибольшую добавленную стоимость. Инновационность становится важнейшей характеристикой современной экономики, императивом ближайшего будущего человеческой деятельности в любой сфере. Инновации должны служить обществу и человеку.

⁵⁴¹ *Медведев Д.* Реализация национальных проектов: новые задачи // Социально-экономическое развитие России: новые задачи. – М.: ИЭПП, 2008. – с.6

Прослеживается определенная закономерность: по мере достижения инновационных сдвигов в экономике растет благосостояние общества, которое становится самостоятельным фактором развития производительных сил. Определенное равновесие между производительным и потребительным потенциалом общества является источником социально-экономического прогресса.

Противоречия становления информационной экономики и социального государства

Глобальный кризис поставил под сомнение идею развития социального государства, целью которого являлось достойная жизнь для всех без исключения. Антагонизм государства благосостояния и информационного общества проявляется в: растущей социальной несправедливости и цифрового неравенства, усиливающейся социальной исключенности, нарушении принципов коллективной защиты труда.

Противоречие между *целями* информационного века и *структурами* государства благосостояния по мнению авторитетного ученого М.Кастельса показывает «неспособность глобальных информационных сетей и сетей генерирования и распределения материальных благ уважать ценности исторически укорененных общностей породила значительную нестабильность в мире, поскольку чувство бессмысленности вызывает потенциально фундаменталистские реакции»⁵⁴². Подтверждение этой мысли наблюдаем в современном мире. Широкое распространение получило протестное движение «Захвати Уолл-стрит», причем при активном использовании Интернет-технологий.

Первое противоречие состоит в том, что в условиях формирования информационной экономики происходит усиление социальной несправедливости во всех формах её проявления: от неравенства по доходам и имуществу до «цифрового разрыва». Одной из существенных проблем глобального распространения информационных технологий является возрастающее цифровое неравенство⁵⁴³. «Цифровое неравенство» или «цифровой разрыв» (*digital divide*) представляет собой асимметричность доступа к информационным источникам различных стран и регионов (на мега- и макроуровне), и отдельных индивидов и домохозяйств на нано- и микроуровнях.

Основными характеристика измерения цифрового разрыва выступают следующие⁵⁴⁴:

1) физический доступ – наличие потенциальной возможности использовать информационную инфраструктуру, программное обеспечение и оборудование;

⁵⁴² Химанен П., Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. Пер. с англ. / Перевод А.Калинин, Ю Подорога. - М., 2002. – с. 12

⁵⁴³ Пороховский А.А., Хубиев К.А. Формирование российской модели социальной рыночной экономики // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика – 2005. - № 4. – с. 9

⁵⁴⁴ Абрамова И.О., Поликанов Д.В. Интернет и Африка: параллельные реальности.- М.: Ин-т Африки РАН, 2001. – с. 115.

2) финансовый доступ – наличие экономических возможностей для регулярной оплаты услуг Интернета;

3) когнитивный доступ – наличие интеллектуального потенциала и образовательного уровня пользователя для поиска информации, её обработки и применения в деятельности;

4) доступ к значимой информации - наличие возможности наряду с выходом в Интернет, поиска актуальной и полезной информации на известном языке;

5) политический доступ - возможность населения влиять на политический процесс и процесс распределения общественных услуг.

Нарастает новый тип неравенства информационное, как одно из измерений бедности, затрагивающих значительную часть домохозяйств, ограниченных в доступе к информационным, коммуникационным и компьютерным технологиям. Непрерывный поток массовой информации стал неотъемлемым спутником жизни большинства людей, важным нематериальным ресурсом. Жизнедеятельность во все большей степени зависит от информационных возможностей. Доступ к Сети - это шанс для человека изменить свою жизнь, гарантия подняться о социальной лестнице, если есть желание и сила воли, это равные стартовые условия для всех без исключения. Наличие домашнего информационного оборудования, обеспечивающего доступ домохозяйств к ИКТ-услугам, в значительной мере определяет масштабы использования населением инфомационно-коммуникационных технологий, онлайн-ресурсов и услуг.⁵⁴⁵ Но существуют большие различия в доступе домохозяйств к ИКТ и их использовании в зависимости от места жительства, уровня дохода, возраста и других показателей⁵⁴⁶

Ещё более острый характер принимает проблема неравенства доходов населения, которое продолжает расти последние двадцать лет. Несмотря на позитивную динамику роста средних показателей денежных доходов, социальная поляризация не уменьшилась, продолжает нарастать. Одна из причин - в форсированном росте самых высоких доходов и заработной платы наиболее высокооплачиваемых работников. Рост доходов в России происходит неравномерно. В то время как обеспеченные слои населения наращивают ресурсный потенциал, положение средних слоев консервируется и даже ухудшается. Если реальные доходы 20% наиболее обеспеченных граждан выросли на 25%, то у 20% наименее обеспеченных - снизился почти на 18%.. В 2012 году кривая Лоренца, отражающая неравенство в распределении доходов по квинтельным группам населения выглядит следующим образом (рис.6-12)

⁵⁴⁵ Алексеева О.А., Махрова О.Н. Уровень информатизации домашних хозяйств в России. // Экономическая наука современной России. - 2009. - №2 (45). - с. 105-117

⁵⁴⁶ См. Приложение 2, с.

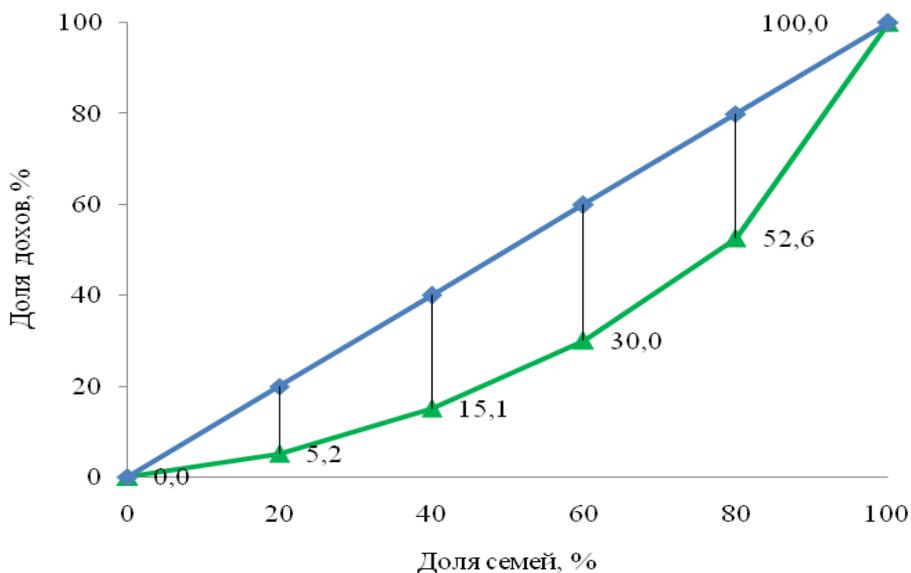


Рис. 6-12. Кривая Лоренца для России - 2012

По независимым оценкам децельный коэффициент составляет 33-35 против 16,7 по оценке Росстата. Кирута А. отмечает, что накануне революции 1917 года он составлял 25-30, что послужило одной из причин социального взрыва⁵⁴⁷. По экспертным оценкам, соотношение доходов 3% самых богатых и 3% самых бедных различается более чем в 800 раз⁵⁴⁸.

На Западе неравенство наследственное и неуничтожимое, обусловлено в меньшей степени механизмами экономического порядка. Коммерциализация ЖКХ, рост платных услуг образования, медицины, отдыха не соответствует уровню доходов населения, которые не позволяют им самостоятельно нести соответствующие расходы. Перераспределение оказывает небольшое влияние на социальную дискриминацию на всех уровнях. Налоги и взносы, уплачиваемые за счет домохозяйств, не привели к уменьшению неравенства и не дали позитивного перераспределительного эффекта. По мнению Микульского К.⁵⁴⁹ коммерциализация должна предполагать перераспределение части тех средств, которые раньше аккумулировались в общественных фондах потребления, то есть адекватное повышение заработной платы, стипендий, пенсий. Данные процессы необходимо учитывать не только на изменениях структуры расходов семьи, а на финансировании учреждений социальной сферы. Социальная политика должна быть направлена на поддержание определенного статуса социальных групп и отношений между ними, воспроизводство новой социальной структуры

⁵⁴⁷ Кирута А.Я. Внутриэкономическое положение России: дифференциация доходов населения и социальная напряженность / Ситуационный центр администрации Президента РФ. - М., 2002.

⁵⁴⁸ Шевчук А. Б. Масштабное наступление на социальные права населения России. – Труд и социальные отношения. – 2010. - № 11 – С. 21.

⁵⁴⁹ Микульский К. Экономические реформы и социальная политика // Вопросы экономики. - 1993. - № 12 - с. 10

общества, соответствующей новым экономическим реалиям информационного общества. Для разрешения социальных противоречий необходимо более справедливого распределения доходов:

- Прогрессивное налогообложение имущества;
- Освобождение от подоходного налогообложения доходов ниже прожиточного минимума по региону;
- Использование ренты на социальные нужды
- Повышение МРОТ, ПМ, МРПС
- Запрет на приватизацию недр, сельхоз земель, водных и лесных ресурсов
- Выплата разницы между рыночной оценкой и ценой, уплаченной на активы, в ходе приватизации 90-х годов⁵⁵⁰.

Преодоление бедности и «цифрового» неравенства в потреблении домохозяйств является для России необходимым условием вхождения в информационное общество.

Второе противоречие связано с тем, что социальная несправедливость в крайней форме приводит к социальному исключению, отлучению от общества. Сетевое общество подключает полезных для него людей, обладающей ценностью для сетей информационного капитала, и отключает необладающих такой ценностью, по причинам недостаточного образования, состояния здоровья, других социальных проблем, снижая их способность к обретению ценности. В рамках информационной экономики нарастает новое социальное противоречие, «гораздо более опасное, чем известные ранее»⁵⁵¹. По мнению В.Базелевича и В.Ильина речь идет о противопоставлении интересов работников: с одной стороны, класса носителей знаний и современных компетенций (*knowledge-class*), с другой – занятых в массовом производстве потребительских благ (*consumption workers*). В связи с этим, ученые выделяют два обстоятельства: Во-первых, углубление изоляции между этими группами, вызванное повышением роли образования, в том числе в процессе потребления информационного продукта, который недостаточно купить, а нужно уметь использовать. Это умение не приобретается за деньги, как ранее покупались любые права собственности, формируется с раннего возраста в процессе социализации и обучения. Отсюда, взаимный обмен между этими представителями становится менее интенсивным. Во-вторых, уникальные способности высококвалифицированных специалистов, основанные на знаниях и умении использовать

⁵⁵⁰ Красильников О.Ю. Будущее России: гуманитарный прорыв или перманентное отставание / Политэкономика: социальные приоритеты. Материалы Первого международного политэкономического конгресса. Т.2.: Национальные экономики в глобальном мире: политическая экономия и экономическая политика. – М.: ЛЕНАНД, 2013. – с. 185.

⁵⁵¹ Базелевич В.Д., Ильин В.В. Философия хозяйства. История. - К.: Знания; М.: Рыбари. 2011. – с. 839

информацию, ставят предпринимателей в большую зависимость от них, чем наемные работники зависят от работодателей. Это создает возможность в будущем представителям класса носителей знаний перераспределять в собственную пользу большую часть общественного богатства. Напротив, для наемных работников в сфере массового производства, не обладающих необходимыми компетенциями или менее талантливых, ужесточатся условия конкуренции за рабочие места и достойную заработную плату.

Третье противоречие заключается в том, что информационная экономика ослабила коллективную защиту труда. Ускоренное устаревание продуктов и образования приводит к тому, что ценой прогресса в производстве богатства является текучесть рабочей силы и нестабильность занятости. Появление неформальных форм занятости дистанционной, использование заемного труда, аутсорсинга, сопряжено с уменьшением гарантированной защиты наемных работников. Это имеет отношение не только к навыкам в области информационных технологий или значению обработки информации (символов), но и к организации рабочей силы по сетевому принципу, когда людей включают и выключают из сети по мере изменяющихся потребностей проектов, на основе временной, частичной и самозанятости. На смену коллективным договорам приходит индивидуализация контрактов и крайне низкий охват работников профсоюзами.

Все выделенные противоречия характерны и для современной России, но особенно обостряются в крупных городах, где сильнее проявляются тенденции развития информационной экономики. Выработка новой парадигмы на основе синтеза технологий информационной экономики и достижений социального государства может стать локомотивом прогрессивного развития российского общества.

Модель информационного государства благосостояния

В мировом сообществе происходит переосмысление значения информационно-коммуникационных технологий, их последствий для инновационной деятельности и социально-экономической политики. В докладе об информационной экономике ООН⁵⁵² представлена новая парадигма использования технологий в целях развития. Во-первых, экономическое воздействие ИКТ является не менее важным с точки зрения внешних и побочных эффектов в рамках их использования в различных секторах экономики, чем непосредственный вклад в ВВП в качестве производственного сектора. Во-вторых, одним из наиболее важных внешних эффектов является новая модель организации производства и потребления, следствием которой являются ресурсосберегающие операции, также ускорение и улучшение связи между

⁵⁵² Доклад об информационной экономике 2007/2008. Наука и техника на службе развития: новая парадигма ИКТ. – Нью-Йорк, Женева, 2007. Официальный сайт ООН <http://www.unctad.org.ru/ecommerce> (Дата обращения: 15.10.2013)

экономическими субъектами. В-третьих, быстрые темпы развития инновационной деятельности в информационном секторе значительно снизили затраты на доступ к информационным технологиям, что привело к демократизации использования ИКТ в рамках программ сокращения масштабов бедности. В-четвертых, привели к появлению новых услуг ориентированных на потребителей: электронная торговля, электронное финансирование, электронное управление, что повышает экономическую эффективность. В-пятых, ИКТ порождают новые модели обмена знаниями и коллективного генерирования идей и новшеств.

Развивая идеи гуманизации производства, сочетание принципов экономической эффективности и социальной справедливости, М. Кастельс и П.Химанен выдвинули концепцию *«информационного государства благосостояния»*⁵⁵³. Данная модель совмещает динамичность информационной экономики с более сильно социальной справедливостью и коллективной защитой труда, которую обеспечивают новые институты, основанные на межсетевом взаимодействии.. Информатизация государства благосостояния означает применение информационных технологий к целям социального вспомоществования и обновления структур социального государства посредством организации более динамичных сетевых отношений. По мнению авторов, такая инновация повысит эффективность государственных услуг и снизит финансовую нагрузку, лежащую на государстве благосостояния.

Методологической основой механизма согласования экономической и социальной политики является наличие прямых и обратных связей между информационной экономикой и социальным государством.

Во-первых, информационное общество создает финансовую основу для развития социального государства. Без налоговых поступлений государство не может обеспечить социальные расходы. Становление информационной экономики требует более высоких темпов экономического роста и производительности труда, превышающих темпы роста правительственных расходов. Исходным источником роста производительности являются инновации - инновации продуктов, процессов и организаций.

Во-вторых, в долгосрочной перспективе информационная экономика нуждается в устойчивом самовоспроизводящем социальном измерении. Сильное противодействие глобализации без адекватных социальных амортизаторов вызывает сопротивление информационной экономике, что подвергает её развитие резким колебаниям. Трансформацию в информационную экономику особенно в период рецессии государство должно сделать социально приемлемым для всех граждан страны.

⁵⁵³ Химанен П., Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. Пер. с англ. / Перевод А.Калинин, Ю Подорога. – М.: «Логос», 2002.

В-третьих, ключевая обратная связь: государство, предоставляя на бесплатной основе качественные услуги образования, здравоохранения и социального обеспечения, позволяет достаточному числу высококвалифицированных и находящихся в хорошей и здоровой форме людей эффективно работать в информационной экономике.

За любыми инновациями стоят люди, в число образованных новаторов входят самые разные представители от университетских исследователей и работников высокотехнологических компаний до отдельных граждан, наделенных креативностью и творческими способностями. Хотя творчество в основном мотивируется не денежными стимулами, для того чтобы люди могли приложить свою энергию к инновационной деятельности необходимо обеспечить им достойный уровень материального благосостояния

В-четвертых, взаимосвязь развития информационной экономики и социального государства требует формирования инновационной культуры. В информационный век источником роста является креативность и новаторство. Культура индустриальной экономики рассматривала работу как обязанность, где рабочие места предполагали рутинную деятельность, а произведенный результат являлся прямой функцией израсходованной энергии (времени). В информационной экономике, в которой результаты труда становятся функцией креативности, старая культура труда практически не работает⁵⁵⁴.

Особую важность в развитии инновационной культуры, по мнению П.Химамена, играет социальная хакерская этика⁵⁵⁵. Социальное хакерство как явление не имеет отношения к компьютерным преступлениям, означает людей, которые стремятся к полной самореализации и использованию своих творческих способностей на основе сетевого взаимодействия. На социальном уровне хакеры работают как открытая сеть, к которой может подключиться любой с целью обучения, совместной работы или реализации общих идей. Иными словами, новая модель основана на принципе солидарности поколений, когда молодежь помогает более старшему поколению освоить навыки компьютерной грамотности и повысить их информационные компетенции.

Концепция информационного государства благосостояния включает два основных направления: 1) социальное применение информационных технологий и 2) обновление структур государства благосостояния на основе межсетевого взаимодействия.

Источником распространения инноваций в социальной сфере служат стратегии развития информационного общества, которые предполагают цели, присущие государству благосостояния:

⁵⁵⁴ Химамен П., Кастельс М. Указ соч. – с. 56.

⁵⁵⁵ Himanen P. The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age.- N.Y.: Random House, 2001.

- Создание сети, охватывающей все образовательные учреждения, библиотеки и музеи.
- Активное применение информационных и телекоммуникационных технологий в гуманитарной сфере здравоохранении, образовании, науке и культуре, ЖКХ.
- Развитие сетевой грамотности с целью распространения знаний и информации либо через систему образования, либо по принципу социального хакерства

Успешную реализацию концепции на практике демонстрируют скандинавские страны, в частности активно развивается финская модель информационного государства благосостояния. В основе финской экономики находится мощный кластер информационных технологий, который является самым динамичным и конкурентоспособным: в нем занято всего 3-4% от общей численности рабочей силы, при этом создается 45% ВВП и 1/3 общего объема экспорта страны. Адаптированную модель государства благосостояния можно представить для России (рис.6-13).

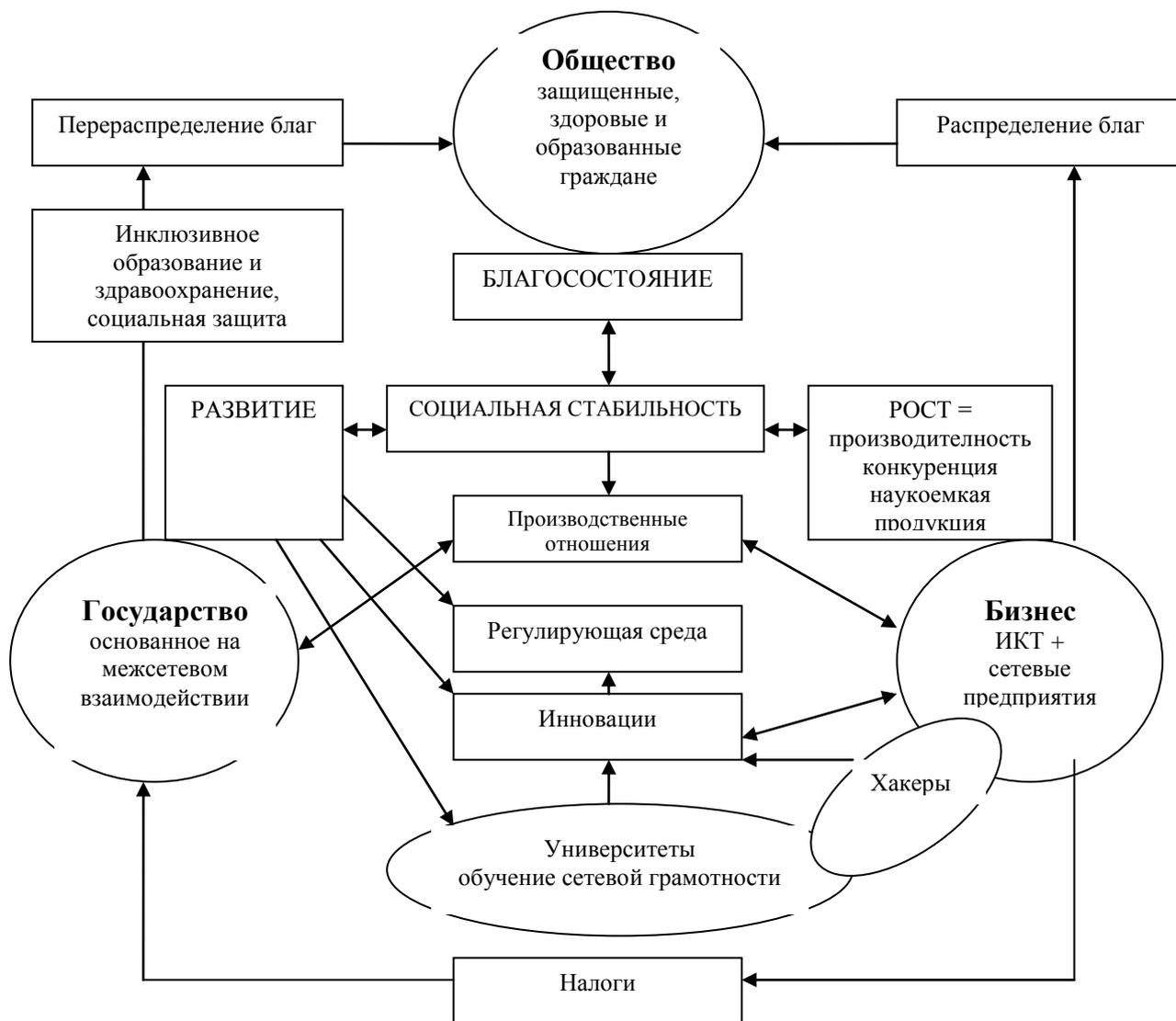


Рис. 6-13. Модель информационного государства благосостояния

В данной модели функции государства, бизнеса и общества взаимодополняемы. Бизнес, организованный в сетевые предприятия на основе ИКТ, обеспечивает *рост* экономики, производительности и конкуренции, предлагая на рынке наукоемкую продукцию и услуги. Государство, основанное на межсетевом взаимодействии, предоставляет бесплатное образование, здравоохранение, социальную защиту, используя социальные и технологические инновации, поддерживает *развитие*. Общество наращивает благосостояния и преумножает человеческий капитал как важнейший фактор экономического роста, обеспечивая *социальную стабильность* и поддержку нововведений.

Обновление структур государства благосостояния опирается на создание электронной системы государственного управления, основанной на межсетевом взаимодействии между государством как поставщиком государственных услуг и населением как их потребителем (получение и предоставление информации, госзакупки, электронный документооборот, предоставление он-лайн услуг). Внутри – новые технологии сочетаются со старыми, вне – информационная инфраструктура, интегрированная в электронное пространство. Развитие электронного правительства (*E-Government*) предполагает модель оказания услуг в розницу, при которой услуги и информация государственных органов будут доступны потребителям круглосуточно.

Переход к системе государственного управления на основе межсетевого взаимодействия можно представить в виде таблицы 6- 6.

Таблица 6-6

Сравнительный анализ систем государственного управления

Государство промышленной эпохи	Государство информационной эпохи
<ul style="list-style-type: none"> • Бюрократическое управление • Обособленные административные функции • Бумажная работа, канцелярские папки • Процессы с большими затратами времени • Прямое непосредственное управление и согласование • Финансовые операции вручную • Громоздкий механизм отчетности • Разобщенные средства информационной техники • Избрание руководства раз 5-6 лет 	<ul style="list-style-type: none"> • Обслуживание клиентов и передача полномочий на места • Услуги с интегрированными ресурсами • Обслуживание в электронной форме • Быстрый прямой ответ • Управление и согласование в косвенной форме • Электронное перечисление денег • Гибкая система запросов на информацию • Интегрированные вычислительные сети • Оперативная демократия со всеобщим участием

Источник: Тапскотт Дж. Электронно-цифровое общество. - Киев: INT-Пресс, М.:Рефл-Бук, 1999. – с.204.

Помимо этого обновление структур управления информационного государства благосостояния обеспечивает пространственную динамику, что особенно актуально для российской экономики. В процессе урбанизации формируются крупные города как глобальные узлы концентрации инноваций и технологий, связанные посредством телекоммуникаций, Интернета, скоростных транспортных систем, которые становятся двигателями экономического роста и творческой активности для периферийных областей. По оценкам аналитиков, к 2025 году по линии «Краснодар – Ростов – Москва - Санкт-Петербург» будут проживать 75% российского населения. В таких условиях необходимо расширение глобальных и локальных сетей для регионального и муниципального развития, формирование местных информационных обществ на основе интеграции университетских центров и технопарков. развитие теледемократии. Так, в рамках реализации национальный проекта «Электронная Россия» в 2013 году министерство коммуникаций и связи предложило законопроект о массовой информатизации общества: в любые населенные пункты численностью более 500 жителей должны предоставляться услуги Интернет-связи.

Перспективы межсетевого взаимодействия в рамках модели информационного государства благосостояния отражены в таблице 6-7.

Таблица 6-7

Перспективы межсетевого взаимодействия в новой модели

Используемые технологии	Перспективы	Изменения
Сеть	Система с межсетевым взаимодействием в госсекторе	Накопление благосостояния, развития общества
Межкорпоративные вычислительные системы	Открытая система управления госсектором	Внешние отклонения нового типа
Государственная инфраструктура	Интегрированная система управления госсектором	Преобразования внутри организаций
Вычислительные системы для рабочих групп	Высокопроизводительный коллектив	Реорганизация бизнес-процессов
Персональные средства мультимедиа	Эффективная личность	Эффективность обучения и работы Развитие потребительских компетенций

Источник: Тапскотт Дж. Корпорация по изучению новых принципов, 1996.-с.206.

Создание межсетевого взаимодействия позволит получить как социальный, так и экономический эффект:

- Сократить государственные расходы на всех уровнях власти.
- Изменить процесс воздействия государственных программ на потребителя.
- Совершенствовать методы обслуживания государством населения.

- Формировать целевые программы, ориентированные на удовлетворение насущных потребностей граждан.

Интеграционная роль государства как субъекта делегирования прав граждан заключается в ответственности за преемственность и непрерывность развития страны во времени и пространстве, обеспечивая на его территории и будущим поколениями⁵⁵⁶. Доминирующая компетенция государства заключается в обеспечении неограниченно продолжающегося функционирования общества и экономики на данной территории. В этой связи Макаров В. и Клейнер Г.Б.⁵⁵⁷ предлагают дополнить функции государства следующими:

- Институциональной – разработка норма поведения как регламента;
- Бенчмаркинговой - фиксация лучших образцов поведения и функционирования объектов материальной, интеллектуальной культуры, их сопоставление и рейтинги;
- Кастинговой - формирование элиты общества с точки зрения их личных качеств – честность, патриотизм, социальная ответственность;
- Охранительной - защита и безопасность территорий, контроль за ресурсами..

По мнению ученых, основная роль государства заключается в организации взаимодействия в интересах всех поколений жителей данной территории.

Новый баланс между ролью государства, бизнеса и общества в экономике американский экономист Дж.Стиглиц назвал «новым капиталистическим порядком»⁵⁵⁸. Основу баланса должно составить взаимосвязанное сочетание экономических и социальных функций государства: с одной стороны, стимулирование эффективной работы финансовых институтов, коррекция основных провалов рынка, поддержка полной занятости и стабильности в экономике, и с другой, социальная защита и страхование, содействие социальным инновациям, предотвращение эксплуатации от сглаживания неравенства в доходах до борьбы с «игрой на человеческих слабостях»⁵⁵⁹. Важное значение в реструктуризации экономики на этапе выхода из кризиса и рецессии принадлежит правительству..

Мониторинг информационного государства благосостояния

Создание условий для перехода к информационному государству благосостояния и формированию цифровой экономики предполагает комплексный всесторонний анализ процессов информатизации на уровне страны, регионов и различных экономических субъектов. По итогам 2012 года Россия заняла лишь 38 место в глобальном рейтинге стран по

⁵⁵⁶ Макаров В.Л. Социальный кластеризм. Российский вывоз. – М.: Бизнес Атлас, 2010. – 272 с.

⁵⁵⁷ Клейнер Г.Б., Макаров В.Л. Микроэкономика знаний – М.: Экономика, 2007 – С. 177-178.

⁵⁵⁸ Stigliz J. Freefall.- New York: WW Norton Company, Inc. - 2010.- p 185

⁵⁵⁹ Никифоров А.А., Антипина О.Н.Миклашевская Н.А. Макроэкономика. – М.: Дело и Сервис, 2012. – с. 480.

развитию информационного общества, справочно – Южная Корея поднялась на 1 место⁵⁶⁰. В Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации⁵⁶¹ поставлена амбициозная задача – войти в двадцатку стран-лидеров к 2015 году.

В рамках реализации поставленной задачи разработан комплексный мониторинг развития информационного общества, основанный на концептуальной схеме оценки и анализа «электронной готовности»⁵⁶². Подход к мониторингу развития отдельных сфер деятельности на основе ИКТ рассматривается как с точки зрения готовности этой сферы к электронному развитию (показателей факторов электронного развития), так и с точки зрения использования ИКТ и их воздействия на развитие конкретной сферы деятельности (табл. 6-8).

Таблица 6-8

Концептуальная схема мониторинга развития информационного общества⁵⁶³

Концепция	Группы показателей		Предметные области
Мониторинг развития информационного общества (ИО)	<i>Факторы развития ИО</i>		<ul style="list-style-type: none"> Государственное регулирование Человеческий капитал Инновационный потенциал ИКТ инфраструктура Экономическая среда Информационная индустрия Информационная безопасность
			<i>Использование ИКТ для развития ИО</i>

Актуальность исследования информатизации домохозяйств заключается: во-первых, в изучении наименее исследованной предметной области – использовании ИКТ домохозяйствами и частными лицами в повседневной жизни; во-вторых, в динамике спроса на ИКТ-продукцию и ИТ-услуги со стороны данного сектора; в-третьих, анализу воздействия ИКТ на повышение благосостояния населения и уровня и качества его жизни, формирования и распространения

⁵⁶⁰ См. Приложение 1, рис. 4

⁵⁶¹ Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html> (Дата обращения: 15.09.2012)

⁵⁶² Концептуальные рамки мониторинга Цифровой Европы: 2011-2015.- Европейская Комиссия, 2009. Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy/guide (Дата обращения: 01.09.2012)

⁵⁶³ Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации: проект. - М.: ИРИО, 2011.- 330 с. Официальный сайт Института развития информационного общества www.iis.ru/index.html (Дата обращения 01.09.2012)

новых моделей жизнедеятельности на основе развития информационного общества и формирования электронного правительства.

Особую значимость приобретает исследование информатизации домохозяйств как процесса создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации гражданских прав населения на основе использования информационных ресурсов, где ИКТ являются базовой технической составляющей процесса информатизации домохозяйств.

В соответствии с международными стандартами показатели, характеризующие данную область, отражают: 1) готовность населения к электронному взаимодействию; 2) динамика спроса на IT-продукцию и услуги и масштабы их использования; 3) анализ воздействия ИКТ на повышение благосостояния, уровня и качества жизни населения.

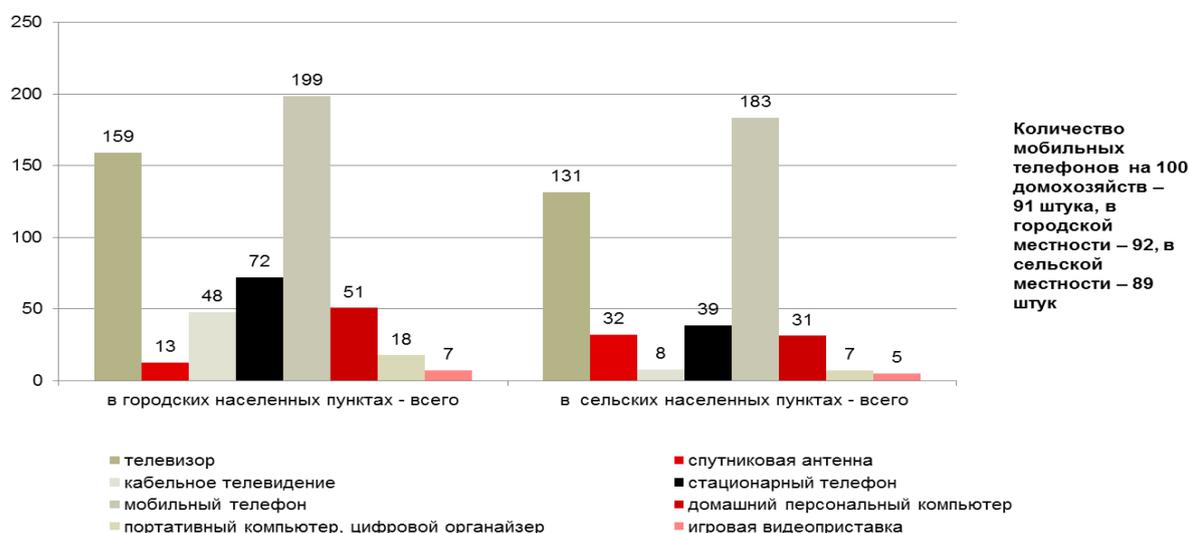


Рис.6-14. Наличие информационного имущества: (в расчете на 100 домохозяйств)⁵⁶⁴

Для измерения доступа населения к ИКТ и масштабов их использования применяется методика мониторинга информационного общества в части обследования домохозяйств и частных лиц⁵⁶⁵. Готовность населения к электронному взаимодействию определяется в двух основных аспектах: доступ к ИКТ (показатели наличия компьютерного и сетевого

⁵⁶⁴ Комплексное наблюдение условий жизни населения.- М.: Росстат, 2011 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/kn-ujn/ko-ujn.html (Дата обращения: 15.01.2013)

⁵⁶⁵ Концептуальные рамки мониторинга Цифровой Европы: 2011-2015.- Европейская Комиссия, 2009. Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy/guide (Дата обращения: 01.09.2012)

Пособие по измерению доступа домашних хозяйств и частных лиц к ИКТ и масштабов их использования. - Женева: УТИ, 2009. – 115 с. Официальный сайт Международного союза электросвязи <http://www.itu.int/ITU-D/ict/partnership/index.html/> (Дата обращения: 01.09.2012)

оборудования, доступа к Интернету и т.п.) и готовность человеческого капитала (показатели наличия навыков и специальной подготовки к использованию ИКТ в профессиональной деятельности и др.). Использование ИКТ анализируется с точки зрения интеграции информационных технологий в повседневную жизнь и профессиональную деятельность, а также в плане предоставления услуг на основе ИКТ и их использования потребителями услуг - населением.

Как показывают данные (рис.6-14) домохозяйства наращивают информационное имущество: самый высокий показатель наличие телефона мобильной связи, причем независимо от места проживания, уровень обеспечения радио- и телевизионными устройствами также превышает 100% охват. Обеспеченность российского населения персональными компьютерами составляет в целом 57 ПК на 100 домохозяйств, что выше среднемирового показателя - 34, но существенно ниже экономически развитых стран (рис. 6-15).

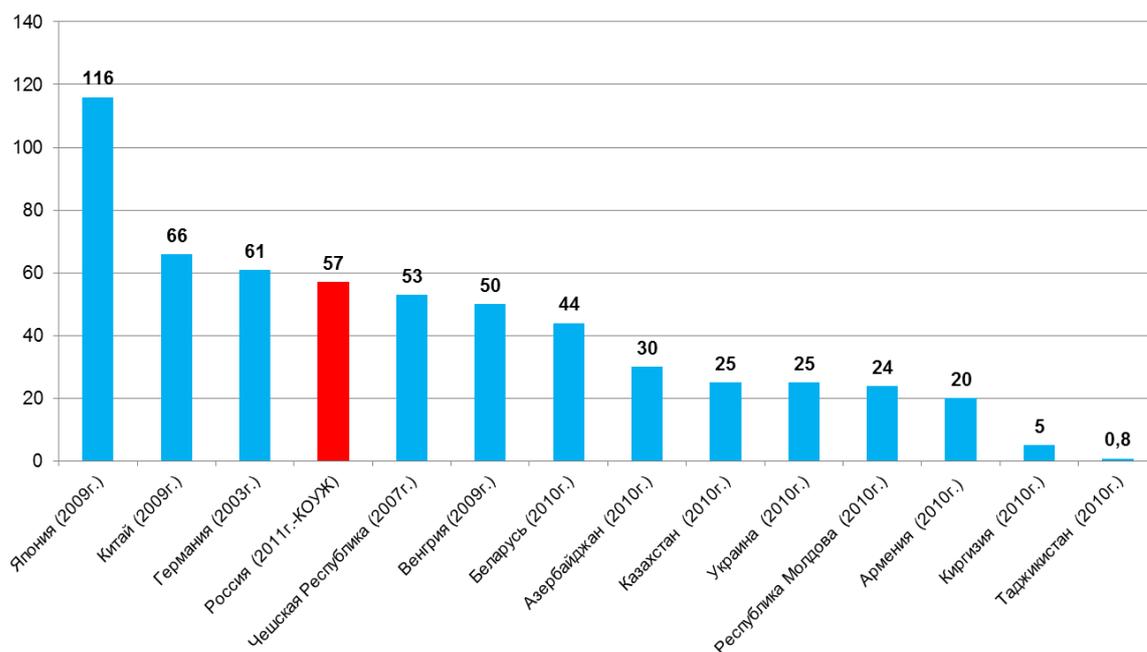


Рис. 6-15. Наличие у населения персональных компьютеров (в расчете на 100 домохозяйств)

Положительной тенденцией является рост интернет-пользователей в России, за период с 2000 по 2013 г. увеличился в 26 раз и достиг в 2013 году 54% населения, по прогнозу в 2015 году - 75%⁵⁶⁶. Доступ к Интернету имеют в городе - 91,4% домохозяйств, проживающих в сельской местности в половину меньше - 49%. Постоянными пользователями являются около 90% населения, активными из них - 62% (см. рис. 6-16).

⁵⁶⁶ OECD Internet Economy Outlook 2012 - OECD Publishing. 2012 Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/rights (Дата обращения 15.07.2013)

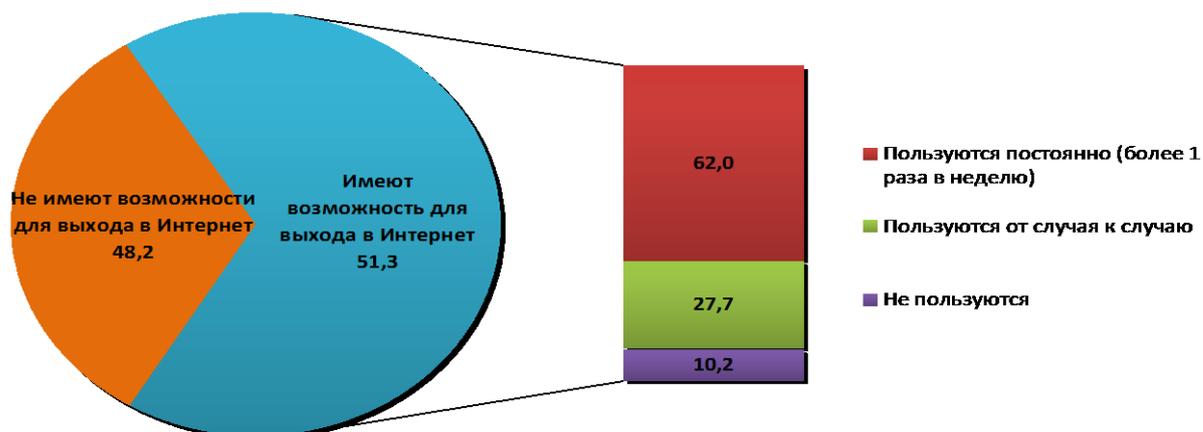


Рис. 6-16. Наличие возможности и частота выхода в Интернет (в %)

Довольно низким является показатель наличия широкополосного доступа только 56,4% всех пользователей, что обусловлено недостаточным уровнем развитием ИКТ-инфраструктуры на территории страны, так и высокой стоимостью пакета таких услуг и устройств.

Уровень знаний и навыков населения в сфере ИКТ и готовность их использовать в своей деятельности составляет важное условие распространения электронно-цифровых технологий и развития информационного общества благосостояния. Наибольшая интернет-активность свойственна молодежи – почти стопроцентный охват, однако энергично включаются в электронное взаимодействие в сети и лица пенсионного возраста – около трети данной возрастной группы (см. рис. 6-17).

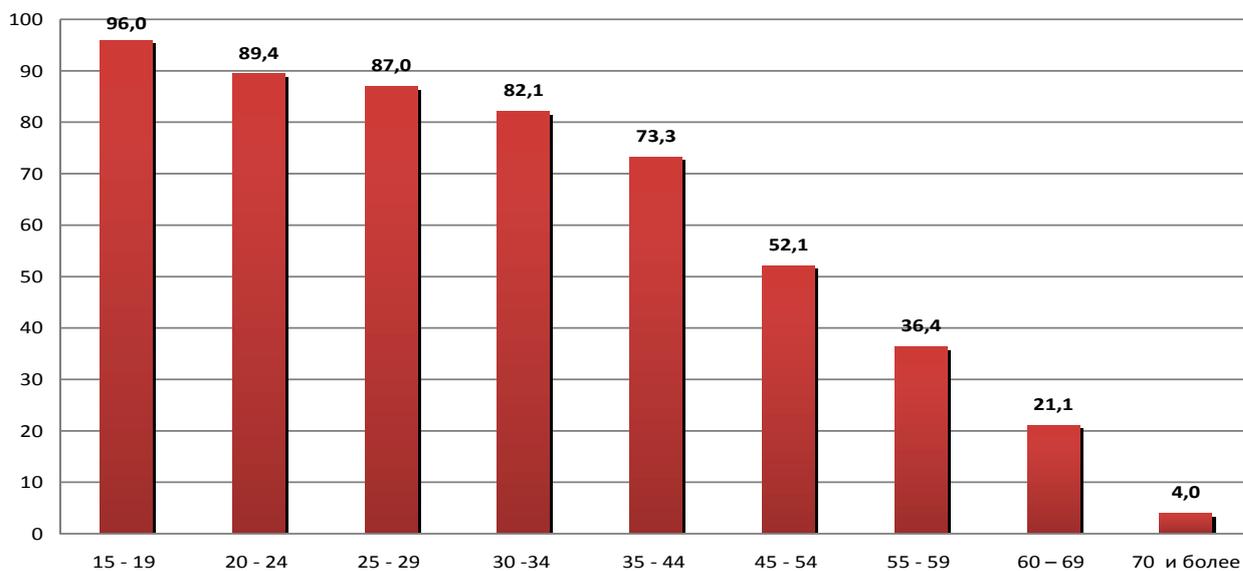


Рис. 6-17. Навыки практической работы по возрастным группам (в %)

Последний показатель имеет существенное значение для развития услуг онлайн здравоохранения – одного из приоритетов социального государства. Использование ИКТ в секторе здравоохранения может повысить качество лечения и эффективность, сократить текущие расходы и предоставить радикально новые способы лечения. В этой области применение информационных технологий открывает множество новых возможностей: консультирование по видеосвязи, компьютерная диагностика, электронная запись к врачу, геронтологические технологии, электронная медицинская карта, единая информационная база данных пациентов, что позволяет экономить время и избегать избыточного документооборота. Будущие пенсионеры отличаются от представителей прежних поколений, они не столько пациенты, сколько состоятельные потребители. В связи с этим существует потребность в технологиях, обеспечивающих престарелым независимую жизнь и доступ к услугам и социальным сетям наравне в работающим населением.

Правительства многих стран признали этот потенциал и берут на себя все большую долю расходов по внедрению для того, чтобы эти потенциальные преимущества были реализованы. Одним из таких примеров является электронная медицинская карта (EHR), которая позволяет получить своевременный доступ к медицинской информации и обеспечить лучшую ее передачу на протяжении всей цепочки здравоохранения, приводя к большей эффективности и скорости реагирования в лечении пациентов. Телемедицина также рассматривается как важный инструмент для улучшения медицинского обслуживания, особенно в сельской местности и отдаленных районах, в которых зачастую не хватает ресурсов и специалистов здравоохранения или они полностью отсутствуют.

Анализ целей использования Интернет частными лицами отражает приоритеты сетевого взаимодействия. Самая большая доля пользователей 72,1% общаются в социальных сетях, ведут переписку по E-mail и т.п.. За тем следует группа лиц активно использующих Интернет в целях образования, обучения и исследовательской работы – 51,7%.

Образование и наука - два краеугольных камня в основании социального государства, которые по своей природе связаны с информационными технологиями. В стратегиях развития поставлена задача построения сети, охватывающей всю научно-образовательную систему и библиотеки, на основе создания технологической инфраструктуры. Активно внедряются информационные инновации в процессе обучения: дистанционное образование, мультимедиа технологии, электронные дневники, задания по Интернет, онлайн-тестирование, электронные учебники, виртуальные обучающая среда. Однако в продвижении сетевой грамотности система образования играет пока ограниченную роль, полагаясь на индивидуальные проекты и социальное хакерство. Возможно по этой причине незначительно число пользователей электронными услугами государственных учреждений - 13,3% среди россиян, что несколько

повысилось в последний год до 15,1%, Потребители довольно высоко оценили качество предоставляемых онлайн- услуг особенно муниципальных и региональных органов власти, 66% считают, что получили своевременную информацию в полном объеме (рис.6-18).

Исследование показывает доля населения, позитивно оценивающего влияние ИКТ на их повседневную и профессиональную деятельность, составляет примерно 71%. При этом самый низкий показатель у лиц среднего возраста - 54,1%, что объясняется возрастанием объема информационной нагрузки на рабочем месте и сопровождается усилением информационного стресса в профессиональной деятельности.

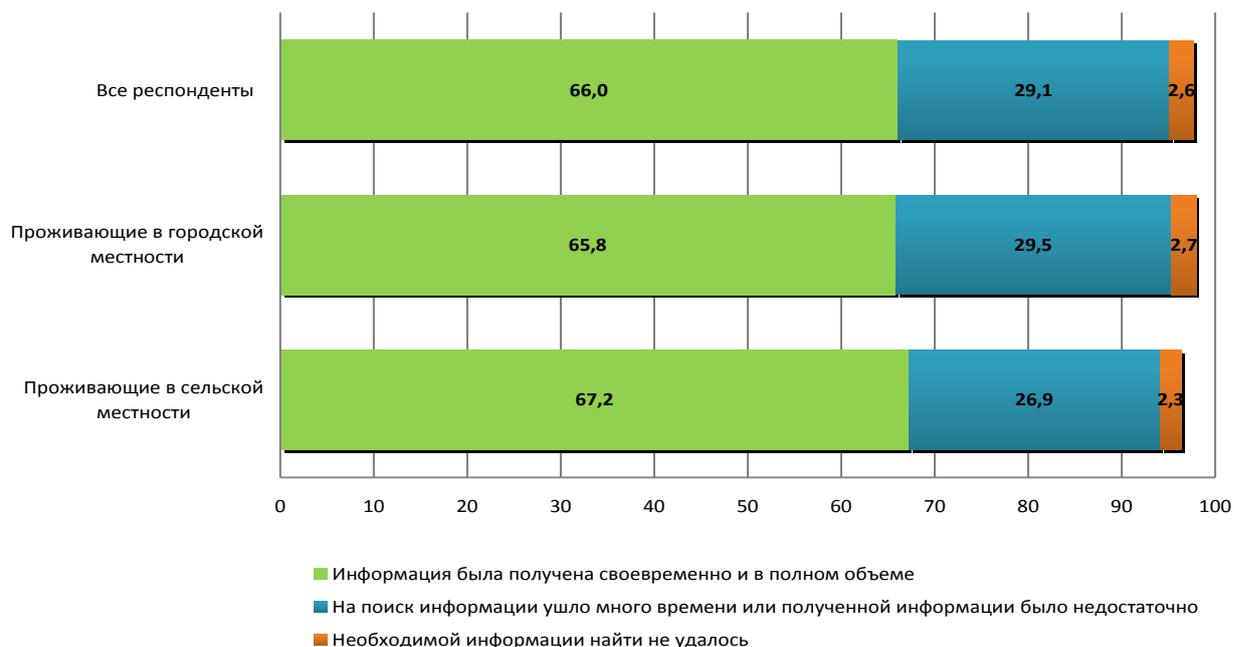


Рис. 6-18. Оценка полученных услуг на сайтах государственных учреждений (в %) ⁵⁶⁷

Большинство респондентов отметили позитивное воздействие ИКТ на повышение уровня и качества их жизни посредством: экономии времени, расходов, расширения возможностей трудоустройства, получения дополнительного заработка, расширения возможностей общения. В целом многие указали на рост их индивидуального благосостояния за счет приобретения высокотехнологичного оборудования и доступа к современной ИКТ-инфраструктуре.

Таким образом, результаты мониторинга демонстрируют повышение уровня информатизации домохозяйств, что отражает общую готовность населения к электронному взаимодействию. Вместе с тем, выявлены факторы, сдерживающие использование ИКТ домохозяйствами и частными лицами, которые сведены в три группы:

⁵⁶⁷ Комплексное наблюдение условий жизни населения.- М.: Росстат, 2011 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/kn-ujn/ko-ujn.html (Дата обращения: 15.01.2013)

- 1) Экономические (низкий доход, высокая стоимость услуг связи, дороговизна ИКТ - оборудования)
- 2) Технологические (отсутствие возможности подключения, средств доступа, необходимого оборудования, низкое качество связи).
- 3) Когнитивные (информационная безграмотность, языковые барьеры, социально-культурные ограничения, недоверие, неосведомленность).

Многое ещё предстоит сделать в плане охвата населения информационным оборудованием, распространения ИКТ и широкополосного Интернет, снижения стоимости ИКТ-продукции и услуг операторов связи, повышения информационной грамотности населения, формирования институтов сетевого обучения и консультирования, что позволит обеспечить массовый доступ к знаниям, информации и социально значимым услугам.

Однако развитие информационного общества не стоит сводить только к использованию ИКТ. Современная экономика, основанная на информационном способе производства предполагает создание новых моделей потребления и жизнедеятельности общества. Россия движется в этом направлении. Реализация стратегии развития информационного общества до 2015 года⁵⁶⁸, или стратегия первого поколения, в основном решает задачи информатизации экономики и системы управления. Стратегия второго поколения должна быть нацелена на развитие информационного государства благосостояния, создания инноваций для человека и общества. При этом одновременно решаются две стратегические задачи:

1) становление информационной экономики, переход на новый технологический уклад посредством создания и внедрения информационно-коммуникационных технологий и диффузии инноваций, что повышает производительность труда и рост конкурентоспособности страны;

2) модернизация социального государства на основе социального применения инновационных технологий и обновления структур управления посредством межсетевого взаимодействия, что сделает процесс перехода к информационной экономике социально приемлемым для граждан.

Информационному государству благосостояния, рождающегося в отстающей глобальной среде российской экономики, предстоит решение сложной проблемы социально-экономического и нравственного развития.

⁵⁶⁸ Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html> (Дата обращения: 15.09.2012)

6.3. Повышение устойчивости благосостояния на основе потребления нового типа

Последствия мирового экономического кризиса существенным образом отразились на благосостоянии населения в разных странах. Однако глубина этих изменений отличается по странам и регионам. Выявление причин и социальных последствий кризиса, совместный поиск путей выхода, восстановление и рост благосостояния граждан ставят серьезные задачи перед правительствами и государствами во всем мире.

Значение экономической и статистической информации существенно возросло в последние десятилетия, во многом это обусловлено увеличением сложности современных экономических систем, широким распространением информационных технологий, повышением уровня образования населения. В информационной экономике свободный доступ к статическим данным позволяет повысить уровень информатизации общества и активнее использовать информацию для принятия обоснованных решений.

Актуальность поиска новых подходов к измерению социального прогресса вызвана следующими причинами:

- Совершенствование системы показателей эффективности экономики и социального прогресса.
- Выявление факторов, определяющих общественный прогресс.
- Повышение качества статистического анализа и международных сопоставлений.
- Укрепление доказательной базы для разработки политики стимулирования экономического роста и выхода из кризиса.
- Расширение сравнительных показателей в различных областях для оценки общественных проблем и стратегии по устранению недостатков.
- Разработка рекомендаций политике, направленной на поддержку общественного прогресса: и достижение лучшего будущего для всех жителей планеты.

В научном сообществе активно ведется поиск новых подходов к измерению экономической эффективности и социального прогресса. Значительной вехой в этом направлении стал доклад Комиссии Стиглица (Дж.Стиглиц, А.Сена, Ж.-П.Фитусси)⁵⁶⁹, инициированный экс-президентом Франции. Содержание доклада включает несколько важных направлений: 1) идентификация пределов ВВП как показателя экономического развития и социального прогресса; 2) формирование адекватной системы показателей социально-экономического развития; 3) оценка реализуемости альтернативных инструментов измерения.

⁵⁶⁹ Доклад Комиссии по измерению эффективности экономики и социального прогресса. Первая глава. Пер. с англ. - М.: НИИ СП, 2010.- 118 с

Традиционный подход к измерению социально-экономического развития основан на системе национального учета (СНС), разработанной в 1940-е годы П.Самуэльсоном, С.Кузнецом и Р.Стоуном. В первоначальном виде СНС выступала инструментом государственного регулирования экономики в периоды кризисов и войн. Важнейший макроэкономический показатель ВВП, с 1993 года ВВП, предназначенный для измерения экономических колебаний, в дальнейшем стал пониматься как мера благосостояния и процветания⁵⁷⁰.

Критический анализ традиционной системы макроэкономических показателей позволил выявить ряд проблем измерения:

- ВВП слишком укрупненный показатель;
- ВВП не учитывает устойчивость и долговечность;
- прогресс и развитие лучше оценивать другими показателями

Показатели СНС характеризуют экономическое благосостояние общества, но недостаточно говорят о социальном благополучии, качестве жизни. ВВП не учитывает также возросший объем свободного времени, улучшение качества производимой продукции, что отражается на росте общественного благосостояния. В тоже время растущие издержки, связанные с загрязнением окружающей среды по мере роста экономики, не вычитаются из показателя ВВП, а присовокупляются к его объему, что завышает уровень общественного благосостояния. Не любой рост ВВП на душу населения можно рассматривать как благо. Так, активная эмиграция, снижение рождаемости и рост смертности приведут к уменьшению численности населения, вызывающему рост ВВП на душу населения.

ВВП полезный инструмент, но не может быть интегральным показателем уровня развития страны и тем более барометром благосостояния населения. Для человека важен не только уровень жизни, но людей волнует и качество жизни, которое ВВП отражает опосредованно. Качество жизни более емкий показатель, не сводится к уровню потребления материальных благ и услуг, но включает удовлетворение духовных потребностей, здоровье, безопасность, продолжительность жизни, свободу и т.д.⁵⁷¹. Современные исследователи приходят к общему выводу: большинство людей в мире желают быть не богатыми, а здоровыми и счастливыми.

Методологической основой формирования новой системы измерения общественного прогресса выдвинуты три ключевых положения:

⁵⁷⁰ Фокс Дж. Чем измерить счастье // Harvard Business Review - 2012. - № 3. - с. 60-63

⁵⁷¹ Галасюк В. Бесчеловечный ВВП // Коммерсантъ. Деньги.- 2010.- № 28 (785).

- 1) Адаптация системы измерения экономических показателей для более точного отражения структурных изменений в современных экономических системах.
- 2) Переход от измерения экономического производства к измерению благосостояния.
- 3) Прагматический подход к измерению устойчивости благосостояния во времени.

Методические рекомендации, разработанные Комиссией Стиглица, представлены в таблице 6-9.

Таблица 6-9

Основные методические рекомендации Комиссии Стиглица

Рекомендация 1	В рамках оценки материального благосостояния рассматривать доход и потребление, а не производство.
Рекомендация 2	Акцентировать внимание на домохозяйствах.
Рекомендация 3	Рассматривать доход и потребление наряду с оценкой благосостояния
Рекомендация 4	Уделять больше внимания распределению доходов, потребления и богатств
Рекомендация 5	Включить нерыночные виды деятельности в показатели дохода
Рекомендация 6	Качество жизни зависит от объективных условий жизни людей и их возможностей (улучшение показателей состояния здоровья людей, образования, личной деятельности и экологических условий)
Рекомендация 7	Показатели качества жизни во всех областях должны обеспечивать исчерпывающую и всеобъемлющую оценку неравенства
Рекомендация 8	Исследования должны быть направлены на оценку связи между различными аспектами качества жизни каждого человека, а полученная информация должна использоваться при разработке политики в различных областях
Рекомендация 9	Статистические учреждения должны предоставлять необходимую информацию для комплексной оценки качества жизни (скалярные индексы).
Рекомендация 10	Показатели объективного и субъективного благосостояния предоставляют ключевую информацию о качестве жизни людей. Статистические учреждения должны включить в свои исследования вопросы, охватывающие оценку жизни людей, гедонический опыт и их приоритеты
Рекомендация 11	Для оценки устойчивости необходим набор четко определенных показателей как вариации ряда основополагающих «запасов» (монетарный индекс устойчивости, экономические аспекты устойчивости)
Рекомендация 12	Экологические аспекты устойчивости заслуживают отдельного наблюдения с помощью тщательно отобранного набора физических показателей

Новые подходы к измерению благосостояния

В международной статистике работа по улучшению измерения общественного прогресса ведется постоянно. Широкую известность получила методология построения индекса бедности Аткинсона, ESI (индекс устойчивого развития), К-индекса (индекс развития общества знаний), GPI (индекс реального прогресса) и т.д. В мировой практике наиболее распространен Индекс человеческого развития (ИЧР) или индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), предложенный Махбуб уль-Хак и А.Сена для мониторинга развития бедных стран. Индекс

отражает уровень достижений на основе методологического принципа расширения возможностей развития человека: прожить долгую жизнь, получить знания, иметь адекватный уровень жизни. С 1990 года ИРЧП применяется ООН для сопоставления социально-экономического развития большинства стран мира по трем основным показателям: 1) ВВП на душу населения; 2) средняя продолжительность жизни; 3) уровень образования взрослого населения.

Таблица 6-10

Основные показатели социально-экономического развития по итогам 2011 года

Показатели	Россия	Германия	Канада	США
Население, млн. чел.	141,0	83,0	34,0	309,5
ВВП, млрд.\$ (по паритету покупательной способности)	2161	2807	1321	14840
Темпы роста ВВП в год	2,5	0,5	2,0	2,4
Безработица, %	6,4	7,8	6,2	5,8
Инфляция, %	9,4	0,7	1,4	1,0
Индекс человеческого развития (ИЧР)	81,7	94,7	96,6	95,6
ВВП на душу населения, млрд.\$ (по паритету покупательной способности)	15330	33840	38850	47920
Средняя продолжительность жизни, лет	67,7	79,4	81,3	78,2
Грамотность взрослого населения, %	99,4	99,0	99,0	99,0

Примечание. Составлено по материалам: Олейник А.П. Страны мира в цифрах. - М, 2011.

Макроэкономические показатели (табл. 6-10) отражают позитивные тенденции социально-экономического развития России: в 2011 году по объему ВВП занимаем 6 место в мире, по темпам роста производства опережаем развитые экономики мира. Ситуация меняется по показателям безработицы и резко ухудшается по темпам инфляции, которая почти в 4 раза выше, чем в Европе и Северной Америке. Однако по уровню доходов на душу населения не входим даже в пятый десяток стран, что отражает высокий уровень неравенства в распределении доходов россиян.

Таблица 6-11

Список стран-лидеров по итогам 2011 года

Место в рейтинге	По уровню дохода на душу населения	По уровню ИРЧП	По уровню ИРЧП с учетом неравенства
1.	Катар	Норвегия	Норвегия
2.	Лихтенштейн	Австралия	Австралия
3.	ОАЭ	Нидерланды	Швеция
4.	Сингапур	США	Нидерланды
5.	Люксембург	Новая Зеландия	Исландия
6.	Кувейт	Канада	Ирландия
7.	Норвегия	Ирландия	Германия
8.	Бруней	Лихтенштейн	Дания
9.	Гонконг	Германия	Швейцария
10.	США	Швеция	Словения

Примечание. Составлено по материалам: Доклад ПРООН о развитии человеческого потенциала 2011

В последнее время применяется модификация данного индекса с учетом показателей неравенства. Рассчитывается методом простого вычитания из ИЧПР коэффициента Джини (см. табл.6-11).

В Докладе ПРООН отмечается, что по итогам 2011 года по уровню дохода на душу населения лидирует государство Катар, тогда как Норвегия и США занимают соответственно седьмое и десятое место. Однако по индексу развития человеческого потенциала картина меняется: лидером становится Норвегия, США поднимается на четвертую позицию, ИРЧП с учетом неравенства США занимают лишь двадцатое место в списке. Россия по ИРЧП занимает лишь 66 место в рейтинге, с учетом неравенства ситуация усугубляется - 72 позиция (коэффициент Джини 0,432)⁵⁷²..

В мировой практике существуют попытки применения новой методологии измерения социально-экологического измерения прогресса. В 2006 году компанией New Economics Foundation (NEF) предложен международный индекс счастья или индекс «Счастливой планеты» ((HPI - англ. Happy Planet Index), который отражает реальное благосостояние населения мира и состояние окружающей среды, измеряется по следующей формуле:

$$\text{Happy Planet Index} \approx \frac{\text{Субъективное благополучие} \times \text{Продолжительность жизни} \quad (\text{Experienced well-being}) \times \text{Life expectancy}}{\text{Экологический след} \quad (\text{Ecological Footprint})}$$

Этот индекс призван определить насколько эффективно различные страны могут использовать ресурсы, чтобы обеспечить счастливую жизнь своим гражданам (см. табл.6-12).

Таблица 6-12

Международный индекс счастья (HPI) по итогам 2012 года

Рейтинг страны	Страна	Продолжительность жизни	Удовлетворенность жизнью	Экологический след	HPI
Цели 2050		87,0	8,0	1,7	89,0
1	Коста-Рика	79,3	7,3	2,5	64,0
29	Норвегия	81,4	7,6	4,8	51,4
46	Германия	80,4	6,7	4,6	47,2
65	Канада	81,0	7,7	6,4	43,6
105	США	78,5	7,2	7,2	37,3
122	Россия	68,8	5,5	4,4	34,5

Примечание. Сост. по материалам: The Happy Planet Index: 2012 Report. – NEF, June, 2012
www.happyplanetindex.org

Результаты данного обследования настораживают, ни одна из развитых стран не входит в первую десятку, причиной является высокие значения индикатора экологического следа,

⁵⁷² Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / Под редакцией А. А. Аузана и С. Н. Бобылева. - М.: ПРООН в РФ, 2011. - 148 с.

отражающего меру негативного воздействия человека на окружающую среду. Несмотря на средний показатель по экологии, Россия занимает 122 место из 150 стран мира по индексу счастья⁵⁷³. Наблюдается некий «парадокс прогресса»: страна с одним из самых высоких запасов национального богатства и объемов ВВП в мире имеет одни из самых низкий показателей продолжительности жизни и национального уровня счастья. Данный вывод подтверждается новаторскими работами по исследованию уровня счастья жителей разных стран⁵⁷⁴.

Современным ответом на трансформацию концепции государства благосостояния в ЕС явилась концепция «социального качества», предполагающая создать условия и механизмы обеспечения гражданам достойной жизни, минимизации социальных рисков и формирование условий для реализации потенциала личности. Теория социального качества была предложена В. Бек, А. Волкер и Л. Майсен в качестве новой интеграционной формы взаимодействия экономической и социальной политики⁵⁷⁵.

Система индикаторов социального качества используется для определения жизненного стандарта, к которому должна приближаться повседневная жизнь граждан ЕС. Социальное качество это та степень, в которой граждане в состоянии участвовать в социальной и экономической жизни общества для роста своего благосостояния и индивидуальных возможностей. Для определения условий, необходимых для достижения максимального уровня социального качества жизни анализируется четыре блока индикаторов: социально-экономическая безопасность (защищенность), социальная вовлеченность и равные возможности, социальная сплоченность и социальные полномочия, компетенции. Изменение условий развития поможет достижению основных нормативных установок: социальной справедливости, солидарности, равенству возможностей, уважению к человеческому достоинству, что позволяет усилить консенсус в любых сообществах глобального мира. Концепция социального качества объединяет и качество жизни индивида и качество социальных отношений общества в единую модель.

Концепция социального качества и ее основные индикаторы были использованы уже в 1997г. при оценке изменений в обществе, вызванных вкладом политики министерства благосостояния и спорта Нидерландов. В 2005 г. по программе «Европейские индикаторы качества» с использованием 95 индикаторов было проведено обследование 14 европейских

⁵⁷³ The Happy Planet Index: 2012 Report. – NEF, June, 2012 www.happyplanetindex.org

⁵⁷⁴ Анטיפина О.Н. Экономическая теория счастья как направление научных исследований // Вопросы экономики - 2012. - № 2. - с. 94-107.; Киллингсворт М. Перспективы изучения счастья // Harvard Business Review - 2012. - № 3. - с. 68-70; Фокс Дж. Чем измерить счастье // Harvard Business Review - 2012. - № 3. - с. 60-63

⁵⁷⁵ Beck W., van der Maeson J, Thomese F., Walkers A. (eds.), / Social quality: a vision for Europe The Hague/London/Boston. Kluwer law international, 2001

стран, что позволило получить более полное представление о социально-экономическом развитии ЕС⁵⁷⁶. Система социальных индикаторов, которую использует ОЭСР в своих регулярных исследованиях общества, включает несколько групп аналогичных показателей: индикаторы социальных полномочий и социального статуса граждан, социальной сплоченности⁵⁷⁷.

Инновационный подход к измерению социального прогресса разработан ОЭСР, предлагается использовать индекс улучшения жизни⁵⁷⁸. Концептуальной основой данного подхода выступает новая парадигма измерения благосостояния:

- *Текущее благосостояние* должно включать как экономические (уровень), так и неэкономические аспекты (качество) жизни людей, которые одинаково важны.
- Оценка благосостояния осуществляется на *агрегированном* уровне - население в целом, так и с учетом *дифференциации* различных групп
- *Устойчивость во времени* обеспечивает доступ к возможностям цивилизации не только нынешним, но и будущим поколениям.

В общем виде взаимодействие методологических принципов в рамках новой парадигмы ОЭСР отражено на рис.6-19.

Выбор индикаторов обусловлен особой значимостью данных факторов для благосостояния людей. Первая группа из трех показателей отражает материальные и финансовые ресурсы, которые образует экономический капитал, определяющий потребление домохозяйств, уровень их жизни и возможности их контроля над ресурсами. ВВП рассчитывается за вычетом отрицательных эффектов (видов деятельности, которые не способствуют благополучия населения) с учетом положительных эффектов (нерыночные виды деятельности, расширяющие возможности потребления). Вторая группа характеризует качество жизни населения, состоит из 8 показателей, включающих набор неэкономических параметров, объединяющих человеческий, природный и социальный капитал. формирующих их возможности и жизненные шансы Устойчивость социально-экономических и природных систем, где люди живут и работают, является критически важным для благополучия. Устойчивость благосостояния зависит от текущей деятельности человека, которая напрямую влияет на запасы различных видов капитала (природного, экономического, социального и человеческого). Данный подход применим как на макро- и мезоуровне для характеристики устойчивости совокупного капитала страны или региона, так и на микроуровне отдельных домохозяйства

⁵⁷⁶ Society at a glance 2011. OECD social indicators

⁵⁷⁷ Манахова И.В. Новая парадигма измерения благосостояния: Россия и страны ОЭСР // Уровень жизни населения регионов. – 2013. - № 6. - с.61-67.

⁵⁷⁸ Compendium of OECD Well-Being Indicators. - OECD, 2011.- p. 37



Рис. 6-19. Новая парадигма ОЭСР по измерению благосостояния

Представленные индикаторы⁵⁷⁹ являются экспериментальными (предлагаемый выбор не достиг соблюдения всех согласованных стандартов) и эволюционными показателями (в будущем изменятся в лучшую сторону для оценки условий в различных сферах человеческой жизни). Подходящих индикаторов для описания устойчивости и эволюции запасов капитала, по-прежнему не хватает во многих областях. Индекс улучшения жизни является новаторским, интерактивным инструментом, сочетающий достижения ОЭСР с современными технологиями, выполняет важную коммуникативную функцию, в целях содействия дискуссии по наиболее актуальным аспектам благосостояния и вовлечения граждан в стремление к прогрессу.

Мониторинг благосостояния домохозяйств: результаты исследования

В 2013 году ОЭСР опубликован доклад «Как жизнь?», который отражает динамику благосостояния в разных странах⁵⁸⁰. Инструментом измерения благосостояния выступает «Индекс лучшей жизни» (BLI), который строится на основе 11 показателей. Все индикаторы ранжируются по 10-балльной системе: чем выше сумма баллов, тем выше уровень благосостояния, тем успешнее страна и эффективнее та или иная политика.

⁵⁷⁹ См. Приложение 3

⁵⁸⁰ How's Life? 2013. Measuring well-being. - OECD Publishing, 2013
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/>

В мониторинге благосостояния участвуют 34 страны ОЭСР, а также Россия и Бразилия. Методика оценки не предполагает рейтинга стран, но отражает, что одни страны делают лучше, чем другие. Все страны сгруппированы по принципу «светофора», зеленая зона – страны (top-20%) с высокими показателями благосостояния, желтая - 60% со средними (middle performers), красная - 20% с низкими (bottom performers)..

В таблице 6-13. приведены сравнительные данные по странам, которые вошли в три разные группы: США и Норвегия – в первую, Германия и Россия – в среднюю, Турция - в группу с низким уровнем благосостояния.

Таблица 6-13

Мониторинг стран по индексу лучшей жизни VLI- 2013

Показатели	Россия	США	Норвегия	Германия	Турция
<i>Материальные условия</i>					
 Доход	1,3	10,0	3,9	5,1	0,7
 Работа и занятость	5,8	7,4	8,6	7,4	2,3
 Обеспеченность жильем	5,9	7,8	7,4	6,2	1,3
<i>Качество жизни</i>					
 Состояние здоровья	0,6	8,4	8,1	7,1	5,0
 Образование и навыки	6,1	7,0	7,2	7,6	1,5
 Баланс труда и жизни	8,6	6,7	9,1	8,6	0,0
 Социальные связи	5,6	6,8	8,0	7,8	0,0
 Гражданские права	2,3	5,8	6,4	3,9	6,2
 Окружающая среда	4,3	7,9	9,2	8,8	3,1
 Личная безопасность	7,2	9,0	9,1	8,9	7,8
 Субъективное благополучие	3,0	7,6	9,7	6,6	2,0
Категория стран: 20% - топ-группа 60%- средняя группа 20% - нижняя группа	60% middle performers	Топ 20%	Топ 20%	60% middle performers	20% bottom performers

Россия по набору индикаторов входит в среднюю группу стран по уровню благосостояния домохозяйств, занимая примерно 20 строчку из 36. Максимально высокие значения показателей имеют скандинавские страны, США и Канада, средние - большинство европейских стран (Германия, Франция, Италия, Испания и др.), довольно низкие - страны Латинской Америки, южной Европы и Турция. Международный анализ благосостояния отражает успехи той или иной страны в разных областях жизнедеятельности и является важным для понимания *какая* политика и *какие* инструменты наиболее эффективны в достижении целей развития, предполагает обмен знаниями и передовым опытом по решению современных проблем.

.Совокупность индикаторов представляет конфигурацию благосостояния, которое графически изображается в виде «цветка», где каждый лепесток – отдельный показатель с учетом его величины. Для России визуализация индекса лучшей жизни выглядит следующим образом (рис.6- 20).

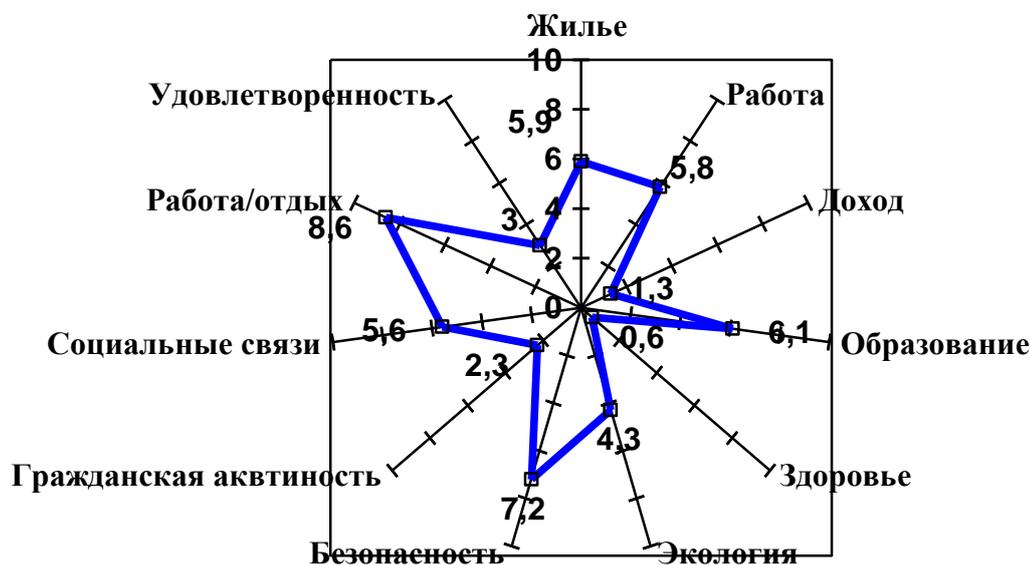


Рис.6-20 Индекс лучшей жизни (ВЛИ): Россия-2013

Индекс является не только международным стандартом оценки благосостояния, но задает ориентиры для внутреннего пользования, имеет критически важное значение для выявления проблемных зон и разработки корректирующей политики в определенных областях.

Сравнительный анализ данных по России демонстрирует максимальное значение баланса труда и отдыха – 8,6, личной безопасности – 7,2, а также уровень образования и квалификация населения – 6,1. Однако последний показатель, традиционно высокий для России, уступает развитым странам по качеству образования, что объясняется на основе международной оценки образовательных достижений учащихся (PISA), в среднем учащийся в России набирает 469 баллов по качеству чтения, знаний по математике и естественным наукам, что почти на 30 пунктов ниже среднего показателя по странам ОЭСР - 497 баллов (табл.6-14). Это серьезный сигнал для системы образования, который впоследствии может негативно отразиться на качестве человеческого капитала.

Хорошее образование - одна из важных предпосылок получения работы 91% взрослого населения России получили полное среднее образование, что существенно выше среднего показателя по ОЭСР (74%).. Этот показатель в большей степени справедлив для женщин, чем для мужчин (93% и 90% соответственно).

Показатели состояния образования по странам

Показатели	Россия	США	Канада	Германия	Норвегия
Население (15-64 лет) полное среднее образования, в %	91	89	88	86	81
Продолжительность обучения (в период 5-39 лет)	16,6	17,1	17,0	17,9	17,9
Качество образования по методике PISA, в баллах	469	496	527	510	500
Гендерный разрыв в знаниях девочек и мальчиков, в баллах	15	0	6	6	15
Экономический разрыв в знаниях, в баллах	85	112	75	125	77

Примечание. Составлено и рассчитано автором по материалам: Как жизнь? 2013. – ОЭСР, 2013 <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/> (Дата обращения 5.11.2013)

Согласно «индекса лучшей жизни» наиболее проблемными для России являются крайне низкие показатели доходов и здоровья населения, что тесно коррелирует с невысокой оценкой субъективной удовлетворенности жизнью.

Несмотря на рост реальных доходов за последние десять лет, в России не удалось достигнуть европейского уровня доходов. Показатель скорректированного чистого дохода домохозяйства после уплаты налогов составляет 15286 долл. в год, что ниже среднего показателя по странам ОЭСР 23047 долл., и почти в 2,5 раза меньше доходов среднестатистической американской семьи (см. табл. 6-15).

Таблица 6-15

VLI: индикатор доходов по странам, в долл. США (\$) в год

Показатели	Россия	США	Канада	Германия	Норвегия
Доход семьи после уплаты налогов	15286	38001	28194	28799	31459
Доход 20% богатых	37269	82666	55178	53978	53912
Доход 20% бедных	4153	10434	10526	12544	14621
Социальное неравенство (раз)	8,97	7,92	5,24	4,30	3,68
Финансовое благосостояние	15142	115918	63852	44938	6905

Положение усугубляется глубокой степенью социального неравенства, разрыв в доходах 20% бедных и доходов 20% богатых семей составляет 9 раз, по данным мониторинга Россия находится на предпоследнем месте среди стран ОЭСР. Проблема неравенства является одной из самых злободневных для России, как показывает практика за время кризиса ситуация только ухудшалась. В этой связи необходимы срочные меры и научно-обоснованная политика снижения неравенства по доходам и потреблению российских домохозяйств с применением

различных инструментов: повышение МРОТ до ПМ, освобождение от налогообложения доходов ниже ПМ, сохранение принципа бесплатности основных социально значимых благ, прогрессивное налогообложение имущества.

Важным дополнением характеристики доходов является финансовое благосостояние домохозяйства, то есть общая сумма всех финансовых активов (сбережений, валюты, ценных бумаг, депозитов) за вычетом задолженностей. В России средний показатель чистого финансового благосостояния домохозяйства - 15 142 долл., ниже, чем средний показатель по странам ОЭСР, составляющий 40 516 долларов. Соотношение дохода и финансового богатства отражает уровень капитализации доходов семей. Низкая капитализация не позволяет российским домохозяйствам получать дополнительные доходы от финансовых активов, что ставит их в прямую зависимость от текущего уровня дохода. Однако при определении экономического благосостояния домохозяйства рекомендуется учитывать не только финансовые активы, а включать недвижимое имущество (например, земельный участок, дача, гараж). С учетом таких данных экономическое благосостояние может существенно измениться, особенно в России, где высок удельный вес жилья, находящегося в собственности граждан (85% жилого фонда)⁵⁸¹. Однако такая информация в настоящее время доступна лишь в немногих странах ОЭСР. Эти данные особенно важны в рамках социального обеспечения граждан, адресной поддержки семей, получения социальных и налоговых льгот.

Важным индикатором индекса лучшей жизни выступает состояние здоровья населения, которое в первую очередь определяется продолжительностью жизни. Средний показатель по России несколько улучшился за последнее время и составил 69,8 лет, однако это существенно ниже, чем в странах ОЭСР – 80 лет (табл. 6-16). По данному показателю Россия занимает последнюю строчку в списке.

Таблица 6-16

ВЛ: индикатор состояния здоровья по странам

Показатели	Россия	США	Канада	Германия	Норвегия
Средняя продолжительность жизни (лет), в том числе	70	79	81	81	82
• мужчин	64	76	78,5	78	79
• женщин	76	81	83	83	84
Уровень расходов на здравоохранение к ВВП, в %	5,1	17,6	11,4	11,6	9,4
Расходы здравоохранения на человека, долл. США	998	8233	4445	4338	5388
Субъективная оценка здоровья (хорошее), в %	37	90	87	64	73

⁵⁸¹ Россия в цифрах. 2013- М.: Росстат, 2013 . – с. 243

Очевидно, что высокая продолжительность жизни зависит от многих факторов среди них уровень и качество жизни, экология, образование, но также обусловлена уровнем расходов на здравоохранение. Общая величина расходов в России составляет 5,1% ВВП, гораздо ниже, чем в Норвегии – 9,4%, или в США – 17,1%. По данным мониторинга затраты в расчете на душу населения ещё меньше и составляют всего 998 \$. что в 3,3 раза ниже среднего уровня по странам ОЭСР (3 268 \$).

Две трети россиян считают свое здоровье неудовлетворительным - 73%. Причины разнообразны: от экономических: коммерциализация здравоохранения, отсутствие высококвалифицированных специалистов и доступных лекарств, до неэкономических: неправильный образ жизни, высокий уровень стресса, особенно во время кризиса. Такая негативная субъективная оценка здоровья позволяет спрогнозировать будущие потребности населения в медицинских услугах. Многие считают, что на состояние здоровья напрямую влияет качество окружающей среды: загрязнение атмосферного воздуха, качество используемой воды. Индикатор экологического состояния в России 4,3, сравнительно ниже многих европейских стран, что с неизбежностью ставит вопрос об охране окружающей среды, актуализации экологической политики и стратегии «зеленого роста».

Низкие доходы, плохая экология и неудовлетворительное здоровье жителей России объясняют невысокий показатель субъективного благополучия или счастья, которое определяется уровнем удовлетворенности жизнью в целом. Количественный анализ базируется на модели упорядочивания субъективных оценок Р.Маккелви и У.Завоина (измеряется по шкале от 1 до 10)⁵⁸². В качестве источников информации о субъективных оценках людьми своего благополучия использует результаты социологических опросов, которые в схожей форме проводятся практически во всех странах и оцениваются на основании их однородности. Несмотря на субъективный характер такой оценки, данный показатель считается полезным дополнением к объективным данным для сравнения качества жизни населения в разных странах.

Согласно мониторинга субъективная удовлетворенность жизнью россиян по шкале от 0 по 10 составила лишь 5,6 баллов, что также ниже среднего показателя 6,6 по странам ОЭСР (см. табл. 6-17) Удовлетворенность жизнью дает представление о том, как люди оценивают свою жизнь в целом, а не свои чувства на данный момент. Данный показатель представляет собой рефлексивную оценку того, какие жизненные обстоятельства и условия важны для субъективного благополучия. Также уровень счастья измеряется на основе соотношения

⁵⁸² *Mckelvey R., Zavoina W. Statistical Model for the Analysis of Ordinal Level Dependent Variables // Journal of Mathematical Sociology, 1975, Vol.4 № 1. - p. 103-120.*

положительных эмоций (чувство спокойствия, гордости за достижения, удовольствия и т.д.) и негативных чувств (боль, беспокойство, тоска, скука и т.д.), переживаемых людьми.

Таблица 6-17

VLI: индикатор субъективного благополучия по странам

Показатели	Россия	США	Канада	Германия	Норвегия
Субъективная удовлетворенность жизнью (от 0 до 10 баллов)	5,6	7,0	7,4	8,7	7,7
Доля людей, испытывающих положительные эмоции в течение дня, в %	74	83	82	83	86

Примечание. Составлено автором по материалам: *How's Life? 2013.* – OECD, 2013

По данным доклада в России 74% населения отметили, что испытывают положительные впечатления, однако это почти на 10% ниже, чем в более благополучных странах, например Норвегия или Германия. Данный процент ниже среднего показателя среди стран ОЭСР, равного 80%. В то же время сильное влияние на субъективное благосостояние оказывает уровень образования, что подтверждают исследования в области экономики счастья⁵⁸³ Более того, предлагается ввести национальный уровень счастья в качестве важнейшего макроэкономического показателя социально-экономического развития страны⁵⁸⁴

В целом, следует отметить, что человеческая жизнь многогранна и сложна, протекает под влиянием множества экономических и неэкономических факторов. Выявление этих факторов, возможность усилить влияние положительных и нейтрализовать отрицательных эффектов, позволит сделать жизнь лучше. В этом смысле новый подход ОЭСР – это попытка разработки альтернативного инструмента измерения социально-экономического развития. Индекс лучшей жизни является новаторским, интерактивным инструментом, сочетающий достижения ОЭСР с современными технологиями. Дальнейшие разработки ООН/Евростат/ОЭСР направлены на измерение устойчивости развития и благосостояния в будущем.

С точки зрения влияния этих параметров на жизнедеятельность людей и устойчивость развития, важно иметь не только статичные значения индекса (показателей), а их

⁵⁸³ *Guriev S., Zhuravskaya E. (Un)Happiness in transition // Journal of economic perspectives 23, no. 2, (spring 2009), pp.143-168; Антипина О.Н. Экономическая теория счастья как направление научных исследований // Вопросы экономики - 2012. - № 2. - с. 94-107.*

⁵⁸⁴ *Layard R. Happiness: Lessons from a New Science. – L., 2011*

динамические изменения во времени. Такими показателями по мнению Сунцова М.⁵⁸⁵ могут являться:

- *Естественный прирост* (убыль) населения данной экономической системы за вычетом миграционного потока
- Продолжительность *здоровой жизни* членов общества
- Индекс благосостояния
- Устойчивость развития

Устойчивость системы – это качество общественной системы, при котором ни один из показателей или их комбинация не снижается ниже некоторого приемлемого значений индексов. Чем выше устойчивость системы, тем выше вероятность того, что данные показатели в будущем не претерпят существенных негативных изменений и система не разрушится.. В связи с этим устойчивость может проявляться только во времени. Любая положительная динамика показателя (или положительной значение при нулевой динамике) при отсутствии отрицательной является необходимым условием устойчивости благосостояния. Если наблюдается отрицательная динамика хотя бы одного индексного компонента, то неверно утверждать, что система находится в устойчивом состоянии (см. табл. 6-18). Скорее можно наблюдать улучшение или ухудшение по определенным направлениям. Однако временное улучшение, после которого происходит существенное снижение значений, нельзя считать устойчивостью. Однако понятие устойчивость не рассматривается в рамках традиционной рыночной парадигмы.

Таблица 6-18

Возможные варианты устойчивости и неустойчивости благосостояния

Показатели	Уровень жизни	Качество жизни	Суммарный эффект
Доходы↑ Потребление↑	УЖ повышается	КЖ повышается	Положительный
Доходы↑ Потребление↑	УЖ повышается	КЖ снижается	Неопределенный
Доходы↑ Потребление↑	УЖ снижается	КЖ повышается	Неоднозначный
Доходы↓ Потребление ↓	УЖ снижается	КЖ снижается	Отрицательный

В промежуточном докладе о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической политики на период до 2020 года «Стратегия - 2020: Новая модель роста – новая социальная политика» целью государственной социально-экономической политики признано «повышение благосостояния, т.е. содействие увеличению продолжительности не обремененной болезнями социально благополучной жизни и росту

⁵⁸⁵ Сунцов М. К вопросу о девальвации рубля и о реальных причинах текущего замедления экономики России www.mf-forum.ru

удовлетворенности граждан жизнью»⁵⁸⁶. Для достижения этой цели ставится задача выхода на траекторию устойчивого и сбалансированного роста в целях модернизации и догоняющего развития, перехода к инновационной стадии экономического развития и создания соответствующей ей инфраструктуры информационного общества.⁵⁸⁷ Новая модель экономического роста предусматривает переход от стимулирования инноваций к росту на их основе.

В Докладе о человеческом развитии за 2013 год⁵⁸⁸ выделяются следующие важнейшие факторы ускорения социально-экономического развития:

- Проактивное государство развития
- Использование возможностей глобальных рынков
- Внедрение инноваций в социальной сфере

Сильное, проактивное и социально ответственное государство, приоритеты которого должны быть ориентированы на человека и содействовать созданию *благоприятных возможностей* для его всестороннего развития, одновременно защищая людей от *риска* отрицательного воздействия. Правительство, в связи с неполнотой рынков, необходимо поддерживать отрасли, которые могут не возникнуть вообще. В крупных и многоукладных экономиках результат государственной политики, как правило, является неопределенным. В таких условиях государства должно руководствоваться прагматическим подходом, ориентированным на цели развития:

- Инвестирование в человеческий потенциал посредством образования, здравоохранения и других социальных услуг;
- Создание и стремительное распространение качественно новых рабочих мест;
- Глубокая интеграция в мировое пространство, улучшение условий взаимодействия на глобальных рынках, развитие современной инфраструктуры и необходимых институтов поддержки роста.

Задача социальной политики - содействовать *инклюзии* (обеспечение недискриминационного отношения ко всем в равной степени) и предоставление базовых социальных услуг, способных подкреплять долговременный рост экономики. Человеческое развитие включает в себе расширение индивидуального потенциала, способностей и

⁵⁸⁶ Промежуточный доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 г. «Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика». – <http://www.kommersant.ru/Docs/2011> - с.7.

⁵⁸⁷ Там же, с.4.

⁵⁸⁸ Доклад о человеческом развитии 2013. Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. – ПРООН, 2013. – с. 4-5. www.hdr.undp.org

возможностей. Неравенство и социальная исключенность являются формами социальной несправедливости, которая ослабляет свободу выбора человека.

Экономический рост, сопровождающийся усилением неравенства, ведет к замедлению прогресса человеческого развития, низкому уровню социальной сплоченности и препятствует более быстрому снижению бедности, что вызывает неустойчивость экономики. В докладе ООН отмечается, что целью должно стать развертывание «*благоприятного цикла*», где экономический рост и социальная политика взаимоподдерживаются. Равенство возможностей обеспечивает более устойчивое благосостояние.

Государство должно подкреплять долговременный рост предоставлением общественных услуг, которые помогают формировать здоровую и образованную рабочую силу. Одновременно эти меры способствуют социальной и политической стабильности общества, поскольку снижает вероятность конфликтов и укрепляет легитимность правительства.

Устойчивость развития зависит от участия людей в процессах, формирующих их жизнь. Необходимо активное вовлечение граждан в разработку и участие в политике, чтобы люди могли рассчитывать на более широкие экономические возможности, участие в разработке политики, обеспечивающую базовую социальную защиту и социальный прогресс. Неудовлетворенность происходящими процессами приводит к нарастанию протестных движений, которые становятся ответной реакцией на дефицит рабочих мест и ограничение возможностей занятости, особенно для молодежи. Массовые протесты со стороны образованного населения, координируемые с помощью новых форм телекоммуникаций, являются тормозом для инвестиций и экономического роста.

Выбор сегодня имеет серьезные последствия для долговременного будущего. Устойчивость развития предполагает взаимосвязь между решениями разных поколений в сохранении и реализации прав сегодняшних и будущих жителей страны. Целью социально-экономической политики должно стать достижение как внутр поколенческой, так и межпоколенческой справедливости. Инвестирование в человеческий потенциал требует соблюдения баланса их интересов, разумной политики согласования долгового финансирования в сегодняшних условиях и долговыми обязательствами будущих поколений. Экономический кризис выдвинул на первый план проблему приемлемости экономических долгов, сделанных как частным сектором, так и государством. Однако не менее важными являются проблемы социальных и экологических долгов⁵⁸⁹. Человечество уже сегодня превысило три планетарные границы в плане эконагрузки. Лишь немногие страны следуют по

⁵⁸⁹ Доклад о человеческом развитии 2013/ Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. – ПРООН, 2013. – с. 34. www.hdr.undp.org

пути экологической устойчивости, что актуализирует необходимость технологических инноваций и сдвигов в потреблении, которые могут обеспечить эту устойчивость⁵⁹⁰.

Концепция устойчивого развития предполагает, что выбор той или модели потребления на макроуровне и выбор потребительского набора благ на микроуровне, оказывает прямое влияние на устойчивость социального–экономического развития. Новая модель потребления должна быть ресурсо-, капитало- и человекоберегающей как для отдельного домохозяйства, так и для общества в целом. Строится на принципах достаточности и самоограничения.

При этом должны выполняться следующие условия (требования, критерии)

- Потребление с минимальным ущербом для окружающей среды и сохранения природного капитала (экологический след) Социальный престиж и уважение к потребителям, наносящим минимальный вред экономическому развитию и окружающей среде
- Потребление с максимальным эффектом для накопления человеческого потенциала;
- Потребление со стабильно-устойчивым уровнем экономического капитала при достижении планки выше медианного для общества. Приближение объема и структуры потребления к уровню, обеспечивающему достойную жизнь человека, на данной технологической основе.
- Потребление, нацеленное на приумножение социального капитала или не разрушающее социальный капитал семьи и общества..

Реализация концепции устойчивого развития на основе средств массовой информации и через новые каналы телекоммуникаций, включая Интернет, должна пропагандировать здоровый образ жизни, задавать правильные ориентиры для потребителей, подчеркивать социальный престиж и общественную значимость устойчивости потребления в интересах будущих поколений.

Сегодня религиозный аскетизм православия несет большой потенциал для экономического процветания в будущем Протоиерей Чаплин В. отмечает, что в традициях православного народа «было не бесконечное умножение материальных богатств, а умение довольствоваться малым или, по крайней мере, разумным количеством земных благ. Думается, что за таким подходом будущее. И нам сегодня нужно изложить его в категориях экономической науки и построения экономической системы»⁵⁹¹.

⁵⁹⁰ Global Footprint Network. 2011

⁵⁹¹ Чаплин В. Православные страны ждет экономическое процветание // Ведомости от 11.08. 2013. <http://news.mail.ru/society/14280142/?frommail=1>

Переход к концепции устойчивого развития на основе сбалансированного потребления не означает его искусственного ограничения. Необходимы инструменты повышения ценности устойчивого развития в обществе посредством информирования о негативных последствиях, которые каждый потребитель причиняет собственному здоровью, окружающей среде и обществу неустойчивостью и несбалансированностью потребления. Например, домашние хозяйства с более высоким уровнем дохода реже участвуют в энергосберегающем потреблении⁵⁹². В этой связи важно увеличивать масштабы образовательных кампаний и информирования общества для улучшения осознания домохозяйствами стоимости и расходов по утилизации их потребительских отходов, изменений климата, энергоёмкости жизнедеятельности.

Необходимо разработка мер по улучшению доступа населения к зеленым альтернативам:

- 1) увеличение инвестиций в модернизацию инфраструктуры (общественного транспорта, утилизации отходов, энергосберегающих технологий, озеленение территорий и т.д.);
- 2) удешевление инновационных технологий для общества;
- 3) расширение методов стимулирования по охране окружающей среды и более рациональному использованию товаров и услуг
- 4) повышение налогообложения потребления вредных продуктов для жизни и здоровья человека.

Важнейшей целью должно стать устойчивое развитие и равенство возможностей для всех с учетом интересов нынешнего и будущего поколений. Прогресс социально-экономического и человеческого развития, обеспеченный путем устойчивости, гораздо выше достижений, полученных за счет будущих поколений.

Анализ результатов данного параграфа позволяет сделать некоторые выводы относительно благосостояния россиян.

1. Последствием кризиса стала тенденция к снижению общественного благосостояния, что подтверждается изменением отдельных элементов совокупного капитала. Краткосрочные изменения благосостояния связаны с сокращением экономического капитала домохозяйств: замедление темпов экономического роста, как следствие снижение ВВП на душу населения, потеря работы и заработков части населения, объективно понижает уровень жизни. Долгосрочные изменения благосостояния обусловлены тем, что перманентное реформирование сферы образования и здравоохранения не приносит ощутимых

⁵⁹² Greening Household Behavior: . – OECD Publishing, 2013.

положительных результатов, напротив наблюдается ухудшение качества человеческого капитала;

2. Для поддержания устойчивости благосостояния во времени необходим экономический рост. Новое качество роста определяется совокупным капиталом нации: природным, экономическим, человеческим и социальным, которые взаимосвязаны. Неустойчивость или снижение отдельной ресурсной компоненты совокупного капитала общества приводит к снижению темпов экономического роста и к падению национального благосостояния будущих поколений. На микроуровне неустойчивость капитала снижает благосостояние домохозяйства. Индивидуальное благосостояние может компенсироваться наращиванием отдельных компонент в течение жизненного цикла.
3. Основой разработки стратегии инновационного развития страны должен стать методологический принцип перехода от измерения производства к измерению благосостояния. ВВП (валовой внутренний продукт) важный и значимый макроэкономический показатель в СНГ, отражающий в большей степени уровень развития производства, должен быть дополнен макросоциальным показателем, по аналогии ВВБ (ВНБ) – (валовое внутреннее или национальное благосостояние), отражающим уровень и качество жизни населения страны. За основу можно взять индекс лучшей жизни, который задает более точные ориентиры в социальной, трудовой, жилищной и других видах человеко-ориентированной политики.

В целом можно отметить, что необходимо активное инициирование дискуссии и стимулирование научных исследований по вопросу измерения социально-экономического прогресса. Внедрение в российскую статистическую практику инновационных методик измерения уровня и качества жизни населения и на их основе глубокий анализ динамики благосостояния с учетом устойчивости во времени. Основой разработки стратегии инновационного развития страны должен стать методологический принцип перехода от измерения производства к измерению благосостояния. Рост экономики, в результате которого жизнь людей не улучшается, лишен смысла.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении подведены итоги выполненного диссертационного исследования, сделаны теоретические выводы и сформулированы практические рекомендации по трансформации потребления в информационно экономике, ориентированные на правительство, бизнес и население.

Доминирующей парадигмой социально-экономического развития начала XXI века является формирование информационного общества и становление информационной экономики, основанной на генерировании знаний, внедрении информационно-коммуникационных технологий, создании глобальной информационной сети Интернет и организации качественно новой электронной системы коммуникации.

В отличие от сложившегося технократического подхода к изучению информационной экономики, диссертационное исследование опирается на гуманитарный подход, согласно которому информационные технологии рассматриваются как важная часть человеческой жизни, имеющие значение не только для производства и управления, но и для развития потребительской, социальной и культурной сфер. С этих методологических позиций под информационной экономикой в работе понимается новая экономика, которая расширяет возможности развития человека и способствует повышению благосостояния благодаря активному использованию информации, знаний и технологий.

Трансформация воспроизводственных отношений и формирование новых моделей экономики в разных странах происходит с разной скоростью, в разной степени, с разных стартовых уровней, в разных исторических и культурных условиях, используются разные инструменты и способы достижения целей.

К глобальным предпосылкам трансформации потребления, вызванной формированием информационной экономики, относится:

- развитие информационно-коммуникационных технологий и диффузия инноваций
- становление открытых глобальных рынков и либерализация торговли
- рост потребительских услуг в экономической деятельности
- совершенствование системы регулирования потребительских рынков

Выделенные предпосылки служат движущими силами трансформации потребления в информационной экономике и приводят к изменению технологии организации жизни, экономического поля деятельности потребителей, существенно преобразуя пространственно-временные координаты потребления. К эндемическим особенностям трансформации потребления в диссертации относятся: пространственное изменение повседневной жизни: одновременное рассеяние (расширение и дезинтеграция городов) и концентрация посредством технологий; мобильность людей, ускорение циркуляции информационных потоков, свобода

выбора в организации работы, потребления и социальных сетей; многофункциональность потребительской инфраструктуры и публичных мест (моллы, парки, стадионы, дрогсторы); домоцентричность потребления в электронном коттедже; повсеместность потребления в сетевом пространстве Интернет. Темпоральные особенности трансформации потребления проявляются: в изменении бюджета времени (сокращение рабочего времени, увеличение досуга, совмещение времени труда и времени потребления, особенно у лиц, занятых умственным и творческим трудом); в смене ежедневного временного цикла (гибкость, сжатие времени, ускорение трансакций, интерактивность); в увеличении продолжительности жизни, следовательно, времени потребления.

В работе исследованы глобальные риски информационной экономики, вызывающие кризисные явления и глобальную нестабильность мировой экономики, ограничивающие реализацию отношений потребления на мегауровне, в том числе: экономические, финансовые, социальные, продовольственные, природные и техногенные катастрофы, в особую группу выделены информационные риски. Обосновано, что основной причиной глобальных рисков выступают системные недостатки глобального управления. Общество, технологии и коммуникации постоянно развиваются и меняются, а системы управления консервативны, не успевают за происходящими изменениями.

В российской экономике скорость преобразований гораздо выше, чем во многих странах, что отражает сложность двойственного процесса одновременной системной трансформации и информатизации общества и экономики, что способствует неравномерному распространению новых моделей потребления.

Развитие теории потребления обусловлено сменой научно-исследовательских программ (НИП) на разных этапах исторического развития общества. Теория потребления находится в постоянном движении. Глубокий анализ генезиса теории и методологии потребления позволил автору выделить несколько основных этапов её развития: 1) первый этап (до конца XIX в.) - предтеории потребления; 2) второй этап (конец XIX - начало XX в.) - микроэкономические основы потребительского поведения; 3) третий этап (вторая четверть – последняя четверть XX в.) - макроэкономические основы совокупного потребительского спроса; 4) четвертый этап (70-е годы XX в.) - синтез теорий: микроэкономические основы макроэкономического анализа потребления; 5) пятый этап (конец XX - начало XXI в.) - коэволюция теорий: а) мульти- и междисциплинарные исследования в области потребления; б) разработка наноэкономических основ потребления. на современно этапе идет процесс коэволюционного расширения предмета и метода теории потребления за счет интеграции с другими науками. Экономическая теория потребления дает системное понимание сферы потребления, механизмов её функционирования и трансформации. Прикладные науки отражают многообразие подходов и

методов изучения потребительской деятельности. Объединение усилий разных наук создает более достоверную и реалистическую теорию, которая позволяет на практике более эффективно прогнозировать будущие тенденции и закономерности потребления.

В отличие от распространенных в экономической литературе подходов в диссертации разработан системно-интеграционный подход исследования потребления, позволяющий, во-первых, дать всесторонний анализ отношений потребления в целостности и непрерывности их развития, исследование объективных и субъективных факторов, детерминант, процессов, механизмов трансформации, во-вторых, исследовать разнообразие характеристик потребления как мультидисциплинарного феномена, отразить его место и роль в изменяющейся экономической системе общества, показать многообразие форм проявления в информационной экономике.

В работе доказано, что система отношений потребления выступает как особая подсистема хозяйствования, сфера потребления, в которой функционируют субъекты, ставятся цели, определяются объекты, осуществляется деятельность, достигаются определенные результаты. Экономическая деятельность субъектов в сфере потребления реализуется посредством поведения потребителей, которое в современных условиях чрезвычайно усложняется. На этом основании в диссертации потребительское поведение рассматривается как механизм реализации отношений потребления, включающий различные формы деятельности. Результатом потребительской деятельности является удовлетворение потребностей. Степень удовлетворения потребностей отражает уровень благосостояния населения и является барометром инновационного развития, задает стимулы и ограничения модернизации и устойчивого долговременного роста национальной экономики. В индустриальной экономике таким критерием выступает уровень жизни населения. В новой экономике, где потребление смещается в сторону нематериальных благ, критерием является качество жизни.

В современных условиях переход к информационной экономике вызывает трансформацию потребления как исторически обусловленного объективного процесса глубоких системных изменений, проявляющихся в преобразовании субъектов потребления, усложнении объектов и предметов потребления, расширении потребительского выбора, диверсификации потребительского спроса и изменении моделей потребления. В результате сравнительного анализа установлено, что в процессе эволюции экономики происходит закономерная и последовательная смена стадий в развитии потребления, формируются устойчивые типы потребления индустриального и информационного общества как социально-экономические образцы (стандарты, социальные нормы) потребления с присущими им существенными устойчивыми системными признаками.

В условиях развития информационной экономики происходит модификация потребительского поведения, которая характеризуется 1) активизацией роли потребителей и изменением их основных характеристик (демографические сдвиги, образовательные компетенции, трудовые траектории, смещением жизненного цикла); 2) усложнением механизма принятия решений в связи с информационной асимметрией; 3) усилением информатизации и влиянием информационных каскадов на потребительское поведение.

Изменения в демографии потребления приводит к большей потребительской неоднородности, с точки зрения увеличения числа сложных потребителей, имеющих высокие ожидания относительно товаров и услуг. Усиливается сегментация потребительского рынка: 1) активными участниками становятся дети и молодежь, которые больше потребляют, но у них недостаточно потребительского опыта; 2) увеличивается доля пожилых людей, которые являются наиболее уязвимыми потребителями, сталкиваются с особыми трудностями на информационно насыщенном рынке. Наблюдается повышение общего уровня образованности населения, однако многим потребителям не хватает финансовой, экономической, и информационной грамотности и практических навыков, необходимых для принятия решений на современном сложном и информационно насыщенном рынке

Проникновение на рынок все более сложных продуктов, углубление дифференциации между изделиями и услугами одной технологической группы все больше затрудняют оценку и сравнение ценности предложения потребителями, приводят к усложнению потребительского выбора. Сложность принятия потребительских решений на современных рынках обусловлена: асимметрией информации и повышением транзакционных издержек; усилением субъективных факторов принятия потребительских решений; изменением критериев рациональности экономического поведения потребителей

Информационно-коммуникационные технологии ускоряют информационные потоки, содействуют появлению виртуальных социальных сетей, что меняет способы передачи информации и расширяет рамки за счет новой электронной системы коммуникаций. В потребительском поле взаимодействий усиливаются тенденции к формированию таких явлений, как стадное поведение, сарафанное радио, распространение сетевых экстерналий, информационные каскады. Под информационными каскадами в работе понимается сложно структурированный направленный поток информации на потребителя, в целях стимулирования продаж. Их появление обусловлено следующими причинами: необходимостью решения однотипных задач: желанием упростить процесс принятия решения; имитационным поведением потребителя.

В работе отмечено, что в информационной экономике за последнюю четверть века происходят радикальные преобразования на потребительских рынках, существенно

изменяющие потребительский ландшафт, возникает ряд новых социально-экономических явлений и процессов, придающих потреблению новое значение. Отчетливо проявляются следующие метатенденции трансформации потребления: 1) расширение потребительского выбора на рынках; 2) диверсификация потребительского спроса; 3) предоставления новых возможностей для потребителей с использованием новых технологий и Интернета.

В диссертации обосновано, что фирмы, работающие в потребительском сегменте и стремящиеся быть конкурентоспособными, должны внедрять новые технологии и разрабатывать меры, способствующие более полному удовлетворению потребительского спроса: интенсивно развивать рынок сетевых благ, ИКТ-товаров, онлайн и оффлайн услуг, креативных благ; активно использовать возможности социальных и электронных сетей стремиться к развитию сайтов, чатов и других электронных ресурсов; способствовать развитию просьюмерских сообществ, налаживанию прямых связей потребитель-производитель; внедрять пиринговые модели - производство на равных, новая модель инноваций и создания ценности потребителями; применять методы краудсорсинга, т.е. привлекать к работе над проектами создания товаров неоплачиваемых любителей в свободное время, использовать «коллективный разум» и труд добровольцев для различных полезных новаций.

На основе микроэкономического анализа движения доходов и расходов домохозяйств в диссертации представлены следующие динамические модели потребления: подоходная, сберегательная, кредитная. Теоретический анализ позволил выявить, что принятие решения относительно выбора модели потребления обусловлено: во-первых, влиянием экономических факторов, важнейшими из которых являются уровень располагаемого дохода, накопленное богатство и ставка процента, причем воздействие последней усиливается, во-вторых, различиями предпочтений потребителей по отношению к настоящему и будущему потреблению; в-третьих, их склонностью или несклонностью к риску; в-четвертых, стадией жизненного цикла в момент принятия решения.

На макроэкономическом уровне в краткосрочном периоде увеличение потребительских расходов за счет кредитных ресурсов приводит к повышению потребительского спроса, следовательно, и совокупного спроса, что вызывает рост ВВП. Однако массовое потребление в долг дает только временный эффект и не является производительным даже в среднесрочной перспективе. Долговое финансирование потребительских расходов, по сути, является скрытой формой сокращения капитала, особенно, если кругооборот последнего происходит вне границ производства, что может выступать существенной причиной экономического кризиса.

Под риском потребителя как экономической категории в работе понимаются противоречивые многоуровневые отношения между потребителями и другими экономическими субъектами в условиях неопределенности по поводу альтернативного

выбора варианта решений для достижения удовлетворительного результата при условии возможного контроля за рискованной ситуацией. Предложен механизм снижения рисков потребителя, адекватный условиям информационной экономики включает: 1) внедрение эффективного режима потребительской политики с целью нейтрализации провалов рынка, открытости и симметричности информации; 2) развитие страховых механизмов компенсации потребления; 3) повышение финансово-экономической грамотности населения

Проведенный в диссертации макроэкономический анализ динамики потребительского позволяет сделать вывод, что сфера потребления товаров ориентирована на импорт, а сфера инвестиций - на экспорт. В результате эффект мультипликатора и акселератора, проявляющийся через взаимодействие потребления и инвестиций, не оказывает существенного влияния на экономику. Все это требует переориентации российской экономики на расширение отечественного производства предметов потребления, ориентированных на емкий внутренний рынок и поддержание эффективного спроса, на новой технологической основе. В современных условиях в ряде стран предлагается формирование инновационной стратегии государства, нацеленной помимо ускоренного развития высокотехнологичных производств на активизацию наукоемкого потребления и развитие сектора услуг. Ориентация на высокотребовательное конечное потребление со стороны домохозяйств будет стимулировать отечественных производителей использовать самые современные технологии как в производстве, так и в продвижении продукции.

При замедлении темпов роста ВВП до нулевой отметки усилится волатильность доходов и потребления населения, что в совокупности приведет к падению инвестиций в человеческий капитал и негативно отразится на инновационном развитии информационной экономики. Более того, снижение социальных расходов может привести к дальнейшему падению темпов роста народонаселения. Следовательно, сделан вывод, что потребление должно достигнуть такого количественного уровня и качественного состояния, сформировать такую структуру потребностей, которые на данном уровне развития технологий и экономики обеспечат создание всех предпосылок для расширенного воспроизводства человеческого потенциала и развития интеллектуальной, творческой деятельности как индикатора успешности инновационного развития.

Реализация системы отношений потребления, их интенсивность и эффективность, напрямую зависят от модели социально-экономического устройства страны. В условиях глобального финансово-экономического кризиса наблюдается процесс обострения противоречий развития информационной экономики, проявляющиеся: во-первых, в: растущей социальной несправедливости (усиление неравенства доходов, сокращение социальных программ, коммерциализация социальной сферы, увеличение пенсионного

возраста); во-вторых, в увеличении цифрового неравенства (асимметричности доступа к информационным источникам различных стран и регионов (на мега- и макроуровне), и отдельных индивидов и домохозяйств на нано- и микроуровнях); в-третьих, в усиливающейся социальной исключенности (отлучение от общества людей, имеющих наименьшую ценность для сетей информационного капитала по причинам недостаточного образования, состояния здоровья, и др.), в-четвертых, в нарушении принципов коллективной защиты труда (рост безработицы, нестабильность занятости), и как следствие в падении реальных доходов, потребления и благосостояния населения.

Выработка новой парадигмы на основе синтеза технологий информационной экономики и достижений социального государства может стать движущей силой прогрессивного развития российского общества. Предложена модель информационного государства благосостояния, которая совмещает динамичность информационной экономики с более сильной социальной справедливостью и коллективной защитой труда, которую обеспечивают новые институты, основанные на межсетевом взаимодействии населения, государства и бизнеса.

Создание межсетевой структуры взаимодействия позволит получить как социальный, так и экономический эффект: 1) повысить эффективность государственных расходов на всех уровнях власти; 2) изменить процесс воздействия государственных программ на потребителя; 3) совершенствовать методы обслуживания государством населения; 4) формировать целевые программы, ориентированные на удовлетворение насущных потребностей граждан.

Результаты мониторинга развития информационного общества демонстрируют повышение уровня информатизации домохозяйств и частных лиц, что отражает общую готовность населения к электронному взаимодействию. Однако исследования проведенное автором, показывает, что скорость информатизации населения выше, чем за счет: 1) расширение информационной инфраструктуры в сельской местности; 2) активного включения в сетевое взаимодействие людей пенсионного возраста. Вместе с тем, выявлены факторы, сдерживающие использование ИКТ домохозяйствами и частными лицами, которые сведены в три группы: 1) экономические (низкий доход, высокая стоимость услуг связи, дороговизна ИКТ-оборудования); 2) технологические (отсутствие возможности подключения, средств доступа, необходимого оборудования, низкое качество связи); 3) когнитивные (информационная безграмотность, языковые барьеры, социально-культурные ограничения, недоверие, неосведомленность). Отсюда, важно принять меры в плане охвата населения информационным оборудованием, распространения ИКТ и широкополосного Интернет, снижения стоимости ИКТ-продукции и услуг операторов связи, повышения информационной грамотности, формирования институтов сетевого обучения и консультирования, что позволит обеспечить массовый доступ к знаниям, информации и социально значимым услугам.

При этом одновременно решаются две стратегические задачи: во-первых, развитие информационной экономики, переход на новый технологический уклад посредством создания и внедрения информационно-коммуникационных технологий и диффузии инноваций, что повышает производительность труда и рост конкурентоспособности страны; во-вторых, модернизация социального государства на основе активизации социального применения инновационных технологий и обновления структур управления посредством межсетевого взаимодействия, что сделает процесс перехода к информационной экономике социально приемлемым для граждан.

В диссертации обосновано, что устойчивость социально-экономических и природных систем зависит от текущей производственной и потребительской деятельности человека, которая напрямую влияет на запасы различных видов капитала (природного, экономического, социального и человеческого), а также от их распределения и движения на разных пространственных уровнях (локальном, региональном, национальном и глобальном).

Анализ результатов мониторинга на основе индекса лучшей жизни позволил сделать некоторые выводы относительно благосостояния россиян. Во-первых, последствием кризиса стала тенденция к снижению общественного благосостояния, что подтверждается изменением отдельных элементов совокупного капитала. Краткосрочные изменения благосостояния связаны с сокращением экономического капитала домохозяйств: замедление темпов экономического роста, как следствие снижение ВВП на душу населения, потеря работы и заработков части населения, что объективно понижает уровень жизни. Долгосрочные изменения благосостояния обусловлены тем, что перманентное реформирование сферы образования и здравоохранения не приносит ощутимых положительных результатов, напротив, наблюдается ухудшение качества человеческого капитала (снижение функциональной грамотности, низкая продолжительность жизни). Во-вторых, для поддержания устойчивости благосостояния во времени необходим экономический рост. Новое качество роста определяется совокупным капиталом нации: природным, экономическим, человеческим и социальным, которые взаимосвязаны. Неустойчивость или уменьшение отдельной ресурсной компоненты совокупного капитала общества приводит к снижению темпов экономического роста и к падению национального благосостояния будущих поколений. В-третьих, основой разработки стратегии инновационного развития страны должен стать методологический принцип перехода от измерения производства к измерению благосостояния.

Концепция устойчивого развития предполагает, что выбор той или модели потребления на макроуровне и выбор потребительского набора благ на микроуровне, оказывает прямое влияние на устойчивость благосостояния. Новая модель потребления должна быть ресурсо- и

человекоберегающей как для отдельного домохозяйства, так и для общества в целом, строится на принципах достаточности и самоограничения.

В диссертации обоснованы меры по улучшению доступа населения к зеленым альтернативам: 1) увеличение инвестиций в модернизацию инфраструктуры (общественного транспорта, утилизации отходов, энергосберегающих технологий, озеленение территорий и т.д.); 2) удешевление инновационных технологий для человека и общества; 3) расширение методов стимулирования по охране окружающей среды и более рационального использования товаров и услуг на основе экологизации потребления;; 4) повышение налогообложения потребления вредных продуктов для жизни и здоровья человека (аддиктивные траты).

Полученные выводы рекомендуется использовать в практической деятельности общественных организаций и органов государственного управления. В частности, для создания эффективных правовых и общественных норм регулирования потребительской деятельности, для создания образовательных программ по формированию адекватных представлений о потреблении и повышения финансово-экономической и информационной грамотности населения, для коррекции потребительских дисфункций.

Подводя итоги выполненного диссертационного исследования, сформулированы некоторые предложения по организации взаимодействия научного сообщества и органов власти:

- Углубление методологии, приведение современных методик мониторинга информационного общества и благосостояния населения в соответствие с международными стандартами ОЭСР/ЕС, УТИ(МСЭ), уточнение показателей, системность и периодичность исследований;
- Ведение на постоянной основе социальной индикации инновационного развития для выработки дорожных карт, проведения и корректировки социально-экономической политики на федеральном, региональном и местном уровнях, нацеленных на повышение благосостояния населения на основе новых моделей потребления.
- Развитие сотрудничества местных властей с научно-исследовательскими центрами высших учебных заведений по вопросам организации обследований домохозяйств и обеспечения информационно-аналитической базы в целях повышения уровня сопоставления данных и их значимости для социально-экономической политики.
- Разработка мер по повышению финансово-экономической и информационной грамотности населения, формированию институтов сетевого обучения и консультирования, где особую роль может сыграть система образования

Проведенный анализ на основе различных теоретических подходов позволил сформулировать некоторые рекомендации для разработки потребительской политики.

Меры, ориентированные на спрос:

- Повышение финансовой грамотности и информационных компетенций населения для более рационального потребительского выбора
- Полное информационное обеспечение, раскрытие сведений о товаре и услуге со стороны производителя путем снижения информационной асимметрии
- Развитие институтов информационных посредников для большей осведомленности потребителей с активным использованием сети
- Увеличение времени обдумывания - периода осмысления покупки.
- Регулирование условий потребительских контрактов, выполнение договорных условий.
- Совершенствование правоприменительной практике по защите прав потребителей

Меры, ориентированные на предложение:

- Международная унификация кодирования товаров и услуг
- Создание морального кодекса предприятий потребительского сектора
- Разработка и ужесточение стандартов качества продукции и услуг. Возвращение к системе ГОСТа по продовольственным и детским товарам. Обязательная сертификация.
- Лицензирование и аккредитация предприятий потребительского сектора
- Запреты на распространение вредных для здоровья и общества товаров и услуг.
- Государственное регулирование рекламы и этическая реклама
- Совершенствование правоприменительной практике по защите прав на товарные знаки, защите прав производителей от недобросовестных потребителей.

Предложены перспективные направления научно-образовательной разработки темы:

1) в дальнейшем исследовании нуждаются дискуссионные явления и процессы: информатизация потребления, обоснование новой роли потребителя инноваций в экономике, риски информатизации потребления, развитие экономической теории сбережений, кредитная модель и долговое финансирование потребления, разработка концепции информационного государства благосостояния; 2) необходимы разработка и внедрение в образовательный процесс новых учебных программ «Экономическая психология потребителей», «Поведенческая макроэкономика», «Поведенческие финансы», «Социоэкономика», «Нейроэкономика», «Информационное государство благосостояния», «Информационный маркетинг».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

Нормативные документы:

1. Конституция Российской Федерации. Ст. 7.– М., 1993.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М.: 2002.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (действующая редакция от 05.05.2014)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 19 июня 2000 года № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда» (действующая редакция от 02.12.2013)
5. Федеральный закон от 24 октября 1997 г. №134-ФЗ «О прожиточном минимуме в Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 3 декабря 2012 г. № 227-ФЗ "О потребительской корзине в целом по Российской Федерации"
7. Федеральный закон 2006 г. № 44-ФЗ «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации»
8. Федеральный закон от 23. декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»
9. Федеральный закон от 3 декабря 2012г. № 233-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации»
10. Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 410-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»
11. Федеральный закон от 28 ноября 2012 года № 216-ФЗ «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов»
12. Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 422-ФЗ «О гарантировании прав застрахованных лиц в системе обязательного пенсионного страхования Российской Федерации при формировании и инвестировании средств пенсионных накоплений, установлении и осуществлении выплат за счет средств пенсионных накоплений»
13. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 июня 2013г. № 545 "Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в целом по Российской Федерации за I квартал 2013г." (п.2)
14. Постановление Правительства РФ от 27.11.2010 г. № 946 «Об организации в Российской Федерации системы федеральных статистических наблюдений по социально-демографическим проблемам и мониторинга экономических потерь от смертности, заболеваемости и инвалидизации населения»
15. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации и Федеральной службой государственной статистики от 11 марта 2013г. № 93н/91.
16. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html>

Монографии, сборники, учебники:

17. *Абрамова И.О., Поликанов Д.В.* Интернет и Африка: параллельные реальности.- М.: Ин-т Африки РАМ, 2001.
18. *Автономов В.С.* Человек в зеркале экономической теории. (Очерк по истории западной экономической мысли). – М.: Наука, 1993.
19. *Айнабек К.С.* Диалектика общественного хозяйствования. Критика неоклассики, монетаризма, субъективизма в экономиксе. – Караганда: Изд-во КарГУ, 2012.
20. *Акерлоф Дж., Шиллер Р.* Spiritus Animalis, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Пер. с англ. Д.Прияткина; науч. ред. А.Суворова. 2-е изд. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011
21. *Ананьин О.И.* Структура экономико-теоретического знания. – М.: Наука, 2005.
22. *Антипина О.Н.* Информационная экономика: современные технологии и ценообразование. – М.: МГУ, 2009

23. Антология экономической классики / Предисл., сост. И.А. Столярова. - М., 1993.
24. *Ариели Д.* Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. Пер. с англ. П.Миронова – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013..
25. *Ариели Д.* Позитивная иррациональность. Как извлечь выгоду из своих нелогичных поступков. Пер. с англ. П.Миронов – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
26. Архитектор макроэкономики. Библиотека экономических спецкурсов. Вып. 1. - Ростов н/Д., 1997.
27. *Аскин Я.Ф.* Материалистическая диалектика как общая теория развития. Философские основы теории развития. - М., 1982.
28. *Базелевич В.Д., Ильин В.В.* Философия хозяйства. История. - К.: Знания; М.: Рыбари. 2011. –
29. *Балабанов Т.И.* Финансы граждан (как россиянам создать и сохранить богатство). - М., 1995.
30. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования.- М.: Academia., 1999..
31. *Белл Д., Иноземцев В.Л.* Эпоха разобщенности . Размышления о мире XXI века. – М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007
32. *Бланишар О.* Макроэкономика: учебник / Науч. ред. пер. Л.Л.Любимов. – М.: Изд. ГУ-ВШЭ, 2010.
33. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: Дело ЛТД, 1984.
34. *Бобков В.Н.* Проблемы оценки уровня жизни населения в современной России. - М.,1995.
35. *Бодкин Р.* Кейнсианские эконометрические концепции: потребительские и инвестиционные функции / Современная экономическая мысль / Пер. с англ. - М., 1981.
36. *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. - М.: Академический проект, 2007.
37. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фран. Е.А.Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006.
38. *Бодрийяр Ж.* Система вещей / Пер. с фр. С.Зенкина. – М.: Рудмино, 2001.
39. *Болотова А.К.* Человек и время в познании, деятельности, общении. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.
40. *Бродский Б.Е.* Макроэкономика: продвинутый уровень. – М.: Магистр –ИНФРА-М, 2012.
41. *Бузгалин А.В., Колганов А.И.* Глобальный капитал. - М.: УРСС, 2004
42. *Бузгалин А.В., Колганов А.И.* Теория социально-экономических трансформаций. (Прошлое, настоящее и будущее экономик «реального социализма» в глобальном постиндустриальном мире): учеб. для студентов эконом. специальностей. - М.: ТЕИС, 2003. - 680с.
43. *Васильчук Ю.А.* Научно-техническая революция и рабочий класс при капитализме. - М.: Наука, 1980.
44. *Веблен Т.* Теория праздного класса / Пер. с англ. Общ. ред. В.В. Мотылева. - М., 1984.
45. *Вереникин А.О.* Сбалансированность экономической системы: микро- и макроаспекты. – М.: ТЕИС, 2010.
46. *Вернадский В.И.* Биосфера и ноосфера. – М.: 2004.
47. *Викулина Т.Д.* Закономерности и тенденции государственного регулирования доходов населения. - СПб., 1997.
48. *Виноградов Д.А., Дорошенко М.Е.* Финансово-денежная политика: учеб. пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2009.
49. *Вишневский А.Г.* Россия перед демографическим выбором. – М. ГУ ВШЭ, 2007.
50. *Гайдар Е. Т.* Аномалии экономического роста. - М., 1997.
51. *Гегель Г.В.Ф.* Наука логики: В 3 т. Т.2. - М., 1971.
52. *Гилл И.* Что не так с российской экономикой? – Всемирный банк, 2010.
53. *Глазьев С., Фетисов Г.* О стратегии устойчивого развития экономики России // Экономист. – 2013. - № 1. – с. 3-13.
54. Глобальная перестройка / Отв. ред. А.А.Дынкин, Н.И.Иванова. ИМЭМО РАН. – М.: Весь мир, 2014.

55. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: монография / Под науч. ред. профессоров Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. - К.: КНЭУ, 2013..
56. Глобальные перспективы. URL: <http://www.unep.org/geo/geo2000/>
57. Голуб Н.И. Риски в личном потреблении. - Саратов, 2000.
58. Голуб Н.И. Личное потребление в переходной экономике России. - Саратов, 1998.
59. Горшков А.В., Торгай Н.З. Экономическая безопасность домашних хозяйств в современной России. - Челябинск, 2011.
60. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. Пер. с англ. - М.: «Прогресс», 1969.
61. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. Пер. с англ. - М.: «Прогресс», 1976.
62. Диалектика наследственности, изменчивости и целеполагания. - М.: Институт экономики РАН, 1993.
63. Динкевич А. И. Новая экономика: методология и модели. – М.: Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2010.
64. Доклад о развитии человеческого потенциала в РФ. Год 1998 / Под общей ред. Ю.Е. Федорова. - М., 1998.
65. Доклад о развитии человека за 1999 год. ПРООН - Нью-Йорк: Оксфорд юниверсити пресс. 1999.
66. Доклад Комиссии по измерению эффективности экономики и социального прогресса. Первая глава. Пер. с англ. - М.: НИИ СП, 2010.
67. Доклад о человеческом развитии 2013. .Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. – ПРООН, 2013. www.hdr.undp.org
68. Доклад об информационной экономике 2007/2008. Наука и техника на службе развития: новая парадигма ИКТ. – Нью-Йорк, Женева, 2007. Официальный сайт ООН <http://www.unctad.org/ru/ecommerce>
69. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Макроэкономика / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика. - СПб., 1997.
70. Долгин А.Б. Манифест новой экономике. Вторая невидимая рука рынка. - М.: ГУ-ВШЭ, 2010.
71. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. 2-е изд. доп. - М.: «Прагматика Культуры». Институт экономики культуры, 2007
72. Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. - М.: Вильямс, 2001.,
73. Евстигнеева Л., Евстигнеев Р. Постсоциалистическая трансформация в контексте современных экономических теорий. - М., 1997.
74. Елизаров В., Зверева Н., Калабихина И. Основные направления комплексного подхода к исследованию семьи и домохозяйств. - М., 1997.
75. Жадан И.Э. Планетарная модель экономики благосостояния в России. – Саратов, 2010.
76. Жеребин В.М., Романов А.Н. Уровень жизни населения. - М., 2002
77. Жеребин В.М., Романов А.Н. Экономика домашних хозяйств. - М., 1998.
78. Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе. - М.: Экономика, 2008.
79. Завгородняя А.В., Иванова Е.К. Живая экономика: человек и свобода выбора. - СПб., 1995.
80. Замков О.О. Эконометрические методы в макроэкономическом анализе. – М. ГУ ВШЭ, 2001.
81. Зиновьев А.А. На пути к сверхобществу. – М.: Астрель, 2008.
82. Индикаторы информационного общества: 2012. Крат. стат сборник. – М.: Изд. ГУ-ВШЭ, 2012.
83. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация. - М.: Academia-Наука, 1999.
84. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: научное издание. – М.: Academia-Наука, 1998.
85. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000..

86. Интеллектуальные услуги в России / М.Е.Дорошенко (рук.) и др.. – М.: Беловодье, 2010 <http://www.hse.ru/data/2012/02/28/1265766823/>.
87. Институциональные основы рыночной экономики в России / О.С. Белокрылова, О.Е. Германова, И.Ю. Солдатова. - М., 1996.
88. Информационно-сетевая экономика в XXI веке / Под ред. С.А.Дятлова, В.П.Колесова, А.В.Толстопятенко. – М: Изд-во МГУ, 2001.
89. *Инишаков О.В.* Эволюционная экономика и экономическая генетика / VI-й Международный симпозиум по эволюционной экономике. - М.: ИЭРАН, 2006.
90. Итоги Всероссийской переписи населения России. ВВП -2010. – М. Росстат, 2012.
91. *Кадзуо С.* Сбережения и инвестиции / Экономика и общество: новые японские исследования. - М., 1990.
92. *Кадомцева С.В.* Государственные финансы. – М.:ИНФРА-М, 2009
93. *Кадомцева С.В.* Социальная защита населения. – М.: РАГС, 2004.
94. *Камрасс Р., Фарнком М.* Алхимия корпорации. - М.: Секрет фирмы, 2005.
95. *Каненман Д., Словик П., Тверски А.* Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005
96. *Карпова Ю.А.* Введение в социологию инноватики. – М., 2003.
97. *Кастельс М., Химанен П.* Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / Пер. с англ. А.Калинин, Ю Подорога. – М. Логос, 2002.
98. *Кастельс М.* Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. А. Матвеевой по ред. В.Харитоновой.- Екатеринбург, 2004.
99. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. О.И.Шкаратан. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
100. *Кастранова Э.* Бегство в виртуальный мир / Перев. с англ. Под ред. Казаковой Н.. Вахтанговой А. – М.: Феникс, 2010.
101. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Эксмо, 2009.
102. Классики кейнсианства: В 2 т./ Т. 1-2.Сост. А.Г.Худокормов. - М.,1997.
103. *Кляйн Н* NO LOGO. Люди против брендов. Пер. с англ. – М., 2012.
104. *Колганов А.И., Бузгалин А.В.* Экономическая компаративистика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005.
105. Комплексное наблюдение условий жизни населения.- М.: Росстат, 2011 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/kn-ujn/ko-ujn.html
106. Концептуальные рамки мониторинга Цифровой Европы: 2011-2015.- Европейская Комиссия, 2009. Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy/guide
107. Концепция устойчивого инновационного роста. Под ред. Д.Е.Сорокина. – М.: Финансовый ун-т, 2012
108. *Корнейчук Б.В.* Информационная экономика. Учебное пособие. – СПб, Питер, 2006.
109. *Лазарева Е.И.* Национальное благосостояние как интегрированный ресурс инновационно-ориентированного развития экономики: теоретико-методологический аспект. – Ростов н/Д: Изд-во Южного федер. ун-та, 2009
110. *Ламперт Х.* Социальная рыночная экономика: Германский путь / Пер. с нем. - М., 1993
111. *Лебедева Л.Ф.* Основы и приоритеты доходов. - М., 1995.
112. *Левин А.И., Яркин А.П.* Экономика потребления: вопросы теории, управления, прогнозирования.- М., 1984.
113. *Лэйард Р.* Счастье: уроки новой науки. Пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: Изд. Института Гайдара, 2012.
114. *Маевский В.И.* Эволюционная макроэкономическая теория / Институциональная экономика / Под рук. акад. Д.С. Львова. - М.: ИНФРА-М, 2001.
115. *Макаров В.Л.* Социальный кластеризм. Российский вывоз. – М.: Бизнес Атлас, 2010

116. *Макаров В.Л., Клейнер Г.Б.* Микроэкономика знаний. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. - 204 с.
117. *Марцикевич В.И., Соболева И.В.* Экономика человека. - М., 1995.
118. *Маршалл А.* Принципы экономической науки: В 3 т. / Пер. с англ. Т.1. - М., 1993.
119. *Маскин Э.С.* Конструирование экономических механизмов. Как реализовать социальные цели. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
120. *Махлун Ф.* Производства и распространение знаний в США. - М.: Наука, 1966.
121. *Милль Дж.* Основы политической экономии. Т.1. - М., 1980.
122. *Минакир П.А.* Системные трансформации в экономике. - Владивосток: Дальнаука, 2001.
123. *Могилевский В.Д.* Методология систем: вербальный подход. - М.,1999.
124. Моделирование и прогнозирование социально-экономических процессов. – М. ТЕИС, 2002..
125. *Мокий М.С.* Проблемы методологии экономических исследований. - М.: Изд-во МГОУ, 2010.
126. *Мокий М.С.* Пространственно-временные факторы в развитии экономических систем - М.: Калита. 2000
127. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации: проект. - М.: ИРИО, 2011. - Официальный сайт Института развития информационного общества www.iis.ru/index.html
128. *Мэнкью Н.Г.* Макроэкономика / Под ред. Р.Г.Емцова. - М.: Изд-во МГУ, 1994.
129. *Назарчук А.В.* Этика глобализирующегося общества. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2002.
130. *Найт Ф.Х.* Риск, неопределенность, прибыль. – М.: Дело, 2003.
131. *Нейман Дж. фон, Моргенштерн О.* Теория игр и экономическое поведение. – М.: Наука, 1970.
132. Неоэкономика: очерки теории и методологии. / Под ред. А.В.Бузгалина. – М.: ТЕИС, 2003.
133. *Никифоров А.А., Рудакова И.Е.* Сложные вопросы макроэкономической теории. О чем спорят экономисты. . – М.: ТиРу, 2012.
134. *Никифоров А.А., Антипина О.Н., Миклашевская Н.А.* Макроэкономика. – М.: Дело и Сервис, 2012.
135. Нищета переходного периода?: Доклад ПРООН. 1998 год. - Нью-Йорк: Региональное Бюро по странам Европы и СНГ (ООН), 1998.
136. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. / Под ред. В.Л.Иноземцева. – М.: Academia, 1999.
137. Новая экономика / Под ред. проф. Е.Ф.Авдокушкина, В.С.Сизова. – М.: Магистр, 2009.
138. Новый взгляд на экономическую географию. Доклад о мировом развитии. 2009. – М.: Весь мир, 2009.
139. Нравственное государство как императив государственной эволюции. Материалы Всерос. науч. конф. – М.: Научный эксперт, 2011.
140. Обзор финансовой стабильности декабрь 2013. – М. Банк России . 2013
141. *Овруцкий А.В.* Социальная философия потребления: методологические и теоретические аспекты.- Ростов-на-Дону, 2010
142. *Овсянников А.А., Петтай И.И., Римашевская Н.М.* Типология потребительского поведения. - М.,1989.
143. *Ольсевич Ю.А.* Психологические основы экономического поведения. – М.: ИНФРА-М, 2009.
144. *Осадчая Н.М.* Консерватизм против реформизма. - М., 1984.
145. *Осипов Ю М* Теория хозяйства в 3-х т. Т.3 . - М.,1998.
146. *Осипов Ю.М.* Опыт философии хозяйства. Хозяйство как феномен культуры и самоорганизации систем. - М., 1990.

147. Основы изучения человеческого развития / Под ред. Н.Б. Баркалова и С.Ф. Ивановой. - М., 1998.
148. Отчет по человеческому развитию 1994: Программа развития Организации Объединенных Наций. - Нью-Йорк, 1994.
149. Павлов М.Ю. Экономика нанотехнологий. Учеб. пособие. – М. МГУ, 2013.
150. Парсонс Т. О структуре социального действия. Изд. 2-е. - М.: Академический Проект, 2002.
151. Пигу А. Общая теория благосостояния: В 2-х т. Т.1. - М., 1985.
152. Пидкасистый А.П. Экономическое поведение потребителей. - М., 1997.
153. Политэкономия: социальные приоритеты. Материалы Первого международного политэкономического конгресса. Т.2.: Национальные экономики в глобальном мире: политическая экономия и экономическая политика. – М.: ЛЕНАНД, 2013.
154. Пороховский А.А. Вектор экономического развития. – М.: ТЕИС., 2002
155. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2005
156. Пособие по измерению доступа домашних хозяйств и частных лиц к ИКТ и масштабам их использования. - Женева: УТИ, 2009. – 115 с. Официальный сайт Международного союза электросвязи <http://www.itu.int/ITU-D/ict/partnership/index.html/>
157. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года www.economy.gov.ru
158. Промежуточный доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 г. «Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика». – <http://www.kommersant.ru/Docs/2011>
159. Римский клуб. История создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы / Сост. Д.М. Гвишиани, А.И. Колчин, Е.В. Несетова. А.А. Сейтом. – М., 1997.
160. Российская социально-экономическая система: реалии и векторы развития. /Отв. ред. Р.С. Гринберг, П.В.Савченко. – М. ИНРМА-М, 2014.
161. Российский статистический ежегодник 2012. - М, 2012
[http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe//Stg/d5/21-20.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d5/21-20.htm)
162. Россинская Г.М. Домохозяйство в системе субъектов потребительского поведения. – СПб: Недра, 2007.
163. Россинская Г.М. Экономическое поведение потребителя: закономерности и особенности в условиях переходной экономики. – Уфа: Гилем, 2007
164. Россия в цифрах. 2001: Краткий статистический сборник / Госкомстат РФ. - М., 2001.
165. Россия в цифрах. 2013- М.:Росстат, 2013
166. Рост потребления и фактор разнообразия: новейшие исследования западных и российских эволюционистов: Сб. статей. Пер с англ. - М.: Дело, 2007.
167. Рудакова И.Е., Никифоров А.А. Макроэкономическая теория: проблем, версии, полемика. – М.: Дело и сервис, 2013.
168. Рудык Н.Б. Поведенческие финансы или между страхом и алчностью. – М.: Дело, 2004
169. Савиотти П., Пика А. Микро и макро динамика: жизненные циклы в отраслях, координация между секторами, коэволюция и агрегатный рост / VI Международный симпозиум по эволюционной экономике. - М.: ИЭ РАН, 2006.
170. Самуэльсон П., Нордхаус С. Экономикс. - М., 1993.
171. Сбережение народа. Под ред. Н.М. Римашевской. – М.: Наука, 2007.
172. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. - М., 1968.
173. Селье Г. Стресс без дистресса. – Рига, 1992.
174. Семейное благосостояние и здоровье: В 2 т. / Отв. ред. Н.М. Римашевская - М., 1998.
175. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М., 1962.
176. Современный мир и Россия: особенности социально-экономического развития: монография. Вып. 6 – Тамбов: Изд. ТГУ, 2012.
177. Сокращение роли государства: государственное и устойчивое человеческое развитие: Доклад Регионального Бюро для Европы и СНГ (ООН). - М., 1997.

178. *Сорокин А.В.* Теория общественного богатства. Основания микро- и макроэкономики. – М.: Экономика, 2009.
179. Социальная политика в период перехода к рынку. Проблемы и решения / Под ред. А. Ослунда, М. Дмитриева. - М., 1996.
180. Социум XXI века: рынок, фирма, человек в информационном обществе / Под ред. А.И. Колганова. - М., 1998.
181. *Стрелец И.А.* Инновационная экономика - М.: Изд-во МГОУ, 2012 .
182. *Стрелец И.А.* Новая экономика и информационные технологии - М.: Экзамен, 2002
183. *Стрелец И.А.* Сетевая экономика. - М.: Эксмо, 2006
184. *Суслов И.П.* Методология экономического исследования. - М., 1983.
185. *Сухарев О.Г.* Методология и возможности экономической науки. – М.: Курс, ИНФРА-М, 2013..
186. *Тамбовцев В.П.* Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. - М.: Изд-во МГУ, 1993.
187. *Танскотт Д, Уильямс Э.* Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все.. - М.: Сбербанк, Альпина Паблицер, 2011.
188. *Танскотт Д.* Электронно-цифровое общество. Пер. с англ. И.Дубинский. - Киев: INT Пресс, 1999.
189. *Тарантул В.З.* Геном человека. Энциклопедия, написанная четырьмя буквами. - М.: Языки славянской культуры, 2003.
190. Теория потребительского поведения и спрос / Под ред. В.М Гальперина. Вып. 1. - СПб.: Экономическая школа (Альманах), 1993. .
191. Теория развития предпринимательства и поведение потребителей / Я.П.Кураков, Г. Г. Кашурникова, М.П. Владимиров, В.Т. Кожанов. - М., 1997.
192. *Гоффлер Э* Метаморфозы власти. - М.,1990.
193. *Гоффлер Э.* Третья волна. - М.. 1999.
194. *Тутов Л.А. , Шаститко А.Е.* Модели экономического человека. – М.: МГУ, - 2012.
195. Уровень жизни нашего народа в 1913-1993 г.г.: Аналитический справочник / Сост. В.М.Уралов. - М., 1995.
196. Уровень и образ жизни населения России в 1989-2009 годах. – М.: ГУ-ВШЭ, 2011
197. *Фаут С.* Курс социальной демократии. Часть вторая. Экономика и социальная демократия. – М.: РОССПЭН, 2012.
198. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса. - СПб., 1999.
199. *Филлипов Л.С.* Разумные потребности личности. - М., 1997.
200. *Философия экономики: Антология.* / Под ред. Д, Хаусмана; пер. с англ. - М.: Изд. Института Гайдара, 2012.
201. *Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р.* Экономика / Пер. с англ. - М., 1993.
202. *Фон Нейман Дж., Моргенштерн О.* Теория игр и экономического поведения / Пер. с англ. Под ред. М.Н. Воробьева. - М., 1970.
203. *Хаберлер Г.* Процветание и депрессия. Теоретический анализ циклических колебаний. - М., 1960.
204. *Хансен А.* Экономические циклы и национальный доход. - М.,1959.
205. Характер, структура и факторы формирования экономических отношений. - Минск, 1992.
206. *Харрод Р.* К теории экономической динамики - М., 1959.
207. *Хасаев Г. Р.* Социальные проблемы экономически активного населения. - М., 1996.
208. *Хикс Д.* Стоимость и капитал / Пер. с англ. - М., 1988.
209. *Человек в ситуации неопределенности* / Гл. ред А.К.Болотова. – М.: ТЕИС, 2007.
210. *Человек и экономика: справедливость и базисная демократия против тоталитаризма рынка и капитализма.* Под ред А.В.Бузгалина. – М., 2011.
211. *Черковец В.Н.* Социальные аспекты нового качества экономического роста. – М.: ТЕИС, 2012.
212. *Чернов А.Ю.* Личные финансы: доходы и расходы семейного бюджета. - М., 1995.

213. *Черняк В.К.* Структура экономического развития. - Киев, 1991.
214. *Шабанова М.А.* Социоэкономика (для экономистов, менеджеров, госслужащих). - М.: Экономика, 2012.
215. *Шамликашвили В.А.* Потребительское поведение населения в условиях инновационного развития региона. – СПб., 2009.
216. *Шаститко А.Е.* Новая институциональная экономическая теория. 3-у изд. – М.: ТЕИС, 2002.
217. *Шаститко А.Е.* Сигналы и дерегулирование экономики - М., ТЕИС 2003.
219. *Шевяков А.Ю.* Неравенство доходов как фактор экономического и демографического роста.- М.: ИСЭПН РАН, 2010
220. *Шевяков А.Ю., Кирута А.Я.* Неравенство, экономический рост и демография: неисследованные взаимосвязи. - М.: ИСЭПН РАН, М-Студио, 2009.
221. *Шиллер Р.* Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение управляет рынками? – М.: Альпина Паблицер, 2013. – 422 с.
222. *Шиховец В.В.* Трансформация функций домохозяйств в условиях глобализации. - М.: «Маркетинг», 2008. .
223. *Штомпка П.* Социология изменений. – М., 1996.
224. *Шумахер Э.* Малое прекрасно.. Экономика, в которой люди имеют значение / Перев. с англ. Д. Аронсона. – М.: ГУ ВШЭ, 2012
225. Экономика знаний: Коллективная монография. Под ред. В.П.Колесова, - М.: ИНФРА-М, 2008.
226. Экономическая теория / Под ред. Дж.Итуэлла, М. Мигейта, П.Ньюмана. Пер с англ. В.С. Автономова. – М.: ИНФРА-М, 2004.
227. Экономическая теория перед вызовами XXI века. / Под ред В.И.Гришиуа. Г.П.Журавлевой. – М. Изд-во РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2010.
228. Экономические противоречия и их разрешение / В.К. Черняк, Ю.Г. Якуша, В.П. Супрун и др. - Киев, 1991.
229. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ). Часть 1. Домохозяйства современной России. Под ред Р.Нуреева. – М.: МОНФ, 2003
230. *Энджел Дж.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У.* Поведение потребителей. - СПб., 1999.
231. *Эрхард Л.* Благополучие для всех. - М., 1991.
232. *Южаков В.Н.* Система, целое, развитие. - Саратов, 1981.
233. *Юнь О.М.* Восхождение к информационному обществу. – М. Экономика, 2012..
234. *Яголковский С.Р.* Психология креативности и инноваций. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007.
235. *Яголковский С.Р.* Социология инноваций. – М.: ГУ-ВШЭ, 2012.
236. *Ясин Е.Г.* Экономика России накануне подъема. – М.: ГУ-ВШЭ, 2012

Статьи в журналах и сборниках:

237. *Авилова В.В., Егорова М.В., Шинкевич А.И.* От региональной экономики к экономике инноваций: преемственность задач и перспективные направления современных научных экономических исследований в сфере управления инновационным развитием // Вестник Казанского технологического университета. -2010.- № 4.-С. 250-266.
238. *Аврамова Е.М.* Сберегательные установки россиян // Общественные науки и современность. -1998 -№1. -С. 27-40.
239. *Алексеева Н.А.* Мезоэкономика как часть экономической теории // Экономические науки. - 2008.- № 38.- С. 219-221.
240. *Алексеева О.А., Махрова О.Н.* Уровень информатизации домашних хозяйств в России. // Экономическая наука современной России. - 2009. - №2 (45). - с. 105-117
241. *Антипина О.Н.* Потребительское поведение и рыночное ценообразование в информационной экономике под воздействием долгов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 2014. - № 1. – с. 19-36
242. *Антипина О.Н.* Экономическая теория счастья как направление научных исследований // Вопросы экономики - 2012. - № 2. - с. 94-107.

243. *Антипина О.Н., Вереникин А.О.* О чем спорят экономисты? // Вестник экономики РАН. - 2013. - № 1.- с. 188-194
244. Балансы американских домохозяйств <http://giovanni1313.livejournal.com/26225.html>
245. *Беккер Г.* Экономика семьи и макроповедение // США&Канада: экономика, политика, идеология. -1994.- №2-3. - С.99-107.
246. *Белова В.А.* Введение в макроэкономическое распределение доходов: неравенство и бедность // Социально-экономический журнал. - 1998. - №2.- С.94-112.
247. *Бендиков М.А., Хрусталева Е.Ю.* Методологические основы исследования механизма инновационного развития в современной экономике // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - №2. – с.3-14.
248. *Березанская Н.Б.* Инновации в образовании или инновационное образование // Инновации. – 2008. - №10. – с.99-102.
249. *Бобков В.Н.* Социальные реальности и социальные перспективы. 20 лет капиталистических трансформаций в России: влияние на уровень и качество жизни// Мир России. – 2012. - № 2. – с. 21- 22
250. *Бондаренко В.М.* Новая модель роста: откуда ждать инновационного рывка? // Интеграл.- 2013. - № 3 (71) – с. 92
251. *Борзых Д.А., Шомолицкий А.Г.* Модель жизненного цикла с «близоруким» приятием решений // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2011. – № 3 – с. 383- 398.
252. *Бузгалин А.В.* Человек, рынок и капитал в экономике XXI века // Вопросы экономики. - 2006. - №3. - С. 128 -137.
253. *Бухараева М.А.* Экономическое поведение индивида как феномен институциональной экономики // Актуальные проблемы экономики и права.- 2009.- № 4.- С. 115-121.
254. *Васильчук Ю.А.* Постиндустриальная экономика и развитие человека // Мировая экономика и международные отношения. - 1997. - № 9-10.
255. *Васильчук Ю.А.* Воздействие семьи на динамику рыночной экономики // Мировая экономика и международные отношения, - 2007.- № 1.
256. *Васильчук Ю.А.* «Дорогой человек» эпохи НТР // Мировая экономика и международные отношения,. - 1991. - № 11.
257. *Васильчук Ю.А.* Социальное развитие человека // Общественные науки и современность, № 1, 2001, с.
258. *Васильчук Ю.А.* Социальное развитие человека: фактор семьи // Общественные науки и современность. – 2008. - № 3. - с. 52-63
259. *Васильчук Ю.А.* Фактор интеллекта в социальном развитии человека // Общественные науки и современность. – 2005. - № 2. - с. 59-66
260. *Ващенко А.А.* Формирование регионального механизма воспроизводства человеческих ресурсов. // Региональная экономика: теория и практика. – 2009 - №5. – с.7-12.
261. *Визер Т.В.* Экономика. Этнос. Культура // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. -2008. -№ 15. -С. 22-27.
262. *Вишневский А.Г.* Пенсионная реформа: на стыке экономического и демографического / Материалы 14 Международной конференции по проблемам развития экономики и общества. – М.: ГУ-ВШЭ, 2013.
263. *Вовченко Н.Г., Фадеева Н.В.* Факторы развития и современные тенденции глобализации // Финансовые исследования. -2006. - № 13.- С. 1-22.
264. *Волкова Т.И.* Рынок интеллектуальных продуктов: теоретические аспекты анализа. // Журнал экономической теории. – 2008 - №4. – с.12-28.
265. Время продавать знания. // Эксперт. – 2004. - № 24(425).
266. Всемирный банк. Доклад об экономике России. Поддержка роста и снижение рисков. Апрель 2012, № 27. <http://www.worldbank.org/content/dam/worldbank/document/rer-27-march2012-rus.pdf>
267. *Галасюк В.* Бесчеловечный ВВП // Коммерсантъ. Деньги.- 2010.- № 28 (785).
268. *Глазьев С.Ю.* Как построить новую экономику? // Эксперт. – 2012. - № 7(790)

269. *Глуценко К., Топилина В.* Об общей численности домохозяйств // Вопросы экономики. - 1995.- № 9. - С.80-85.
270. *Гнилитская Е.В.* Глобализация: теоретические подходы к определению сущности и характер влияния на национальное хозяйство // Философия хозяйства. 2008. № 1. С. 166-190.
271. *Голикова Н.В., Голикова Г.В.* Нанoeкономический подход к исследованию благосостояния в системах микроуровня // Вестник Воронежского государственного технического университета. - 2010. - Т. 6.- № 4.- С. 201-204.
272. *Голуб Н.И.* Личное потребление в трансформируемых экономических системах // Теоретические проблемы экономики. - Саратов, 1998.
273. *Гохберг Л.М.* Интеллектуальная деятельность в структуре экономики информационного общества (вопросы методологии) // Вопросы статистики. - 2000.- № 6.- с. 45.
274. *Гринберг Р.С., Сорокин Д.Е.* Как переломить складывающиеся негативные макротренды? // Российский экономический журнал. – 2014. - № 1. – с. 12-18
275. *Григорьев Л., Романовский А.* Склонность населения к сбережениям: проблемы и перспективы // Финансовый бизнес. - 1994. - №4. - С. 7-11.
276. *Губанов С.* Императив общегосударственных интересов // Экономист. – 2009. - №4. – с.3-9.
277. *Гурвич Е., Сони́на Ю.* Микроанализ российской пенсионной системы // Вопросы экономики. 2012. № 2. с. 27-51.
278. *Денисов Н.А., Мальгинова Е.Г.* Отношения распределения: современные модели // Общество и экономика. - 1997.- №3-4.- С.23-47.
279. *Дорошенко М.Е.* Сектор интеллектуальных услуг: перспективы развития и сценарный анализ// Форсайт. – 2006. – Т.2. - № 2. – с. 18-35
280. *Дорошенко М.Е.* Инновационный потенциал сектора интеллектуальных услуг в России // Форсайт. – 2011. – Т.5. - № 4. – с. 50-65
281. *Дорошенко М.Е.* Интеллектуальные услуги: сегодня и завтра // Форсайт. – 2007. – Т.1. - № 2. – с. 37-46
282. *Евстигнеева Л., Евстигнеев Р.* Второе дыхание теории конвергенции // Вопросы экономики. -1999.- № 4. - С. 44-61.
283. *Евстигнеева Л., Евстигнеев Р.* Российская реформа в контексте теории Кейнса // Вопросы экономики. -1997.- № 3.- С. 102-121
284. *Жадан И.Э.* Становление теории экономики благосостояния в России // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2009.- № 2. - С. 16-18.
285. *Жеребин В., Красильникова Т.* Домашние хозяйства в переходной экономике // Вопросы статистики. 1998. № 1. С. 3-15.
286. *Жеребин В.М., Болдышева Н.О., Ермакря Н.А.* Жизненный цикл семьи: демографическая, социальная и экономическая линии развития // ЭНСР. – 2006. - № 3(34) – с. 96- 111.
287. *Журавлева Г.П.* Нанoeкономическая модель человека и личности в условиях формирования новой экономики. // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2008. - № 5 (23).
288. *Журавлева Г.П.* Противоречивые тенденции развития экономической жизни современного турбулентно меняющегося мира / Современный мир и Россия: особенности социально-экономического развития. – М., Тамбов: 2012 .
289. *Журавлева Г.П.* Теория новой экономики: нерешенные проблемы // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2007. - №1..
290. *Заславская Т.И.* Трансформация российского общества как предмет мониторинга // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. - 1993.- № 2.
291. *Зубаревич Н.* Социальная дифференциация регионов и городов // Pro et Contra. – 2012. - Июль-Октябрь. - с. 135-152

292. Инновации и концепция ноосферной экономики / Современный мир и Россия: особенности социально-экономического развития. – М., Тамбов, 2012. – с.124-138.
293. *Иншаков О.В.* Инновационная наноэкономика и задачи экономической теории // Вестник Российской академии естественных наук. -2008.- Т. 8.- № 2. - с. 76-81.
294. *Иншаков О.В.* Уровневый анализ объекта, предмета и метода экономической теории // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. -2004.- №4 (40).- С. 5-18
295. *Иншаков О.В.* Экономическая генетика как теоретическая основа наноэкономики // Философия хозяйства. - 2007.- № 5. - С. 95-109.
296. *Кагарлицкий Б.* Информационное общество в долине Мумии-троллей/ Информационное общество и государство благосостояния. – М.: Логос, 2002.
297. *Кадомцева С.В.* Социальная политика и сокращение дифференциации населения по доходам. // Уровень жизни населения регионов России. – 2012. - , №5.
298. *Кадомцева С.В.* Совершенствование бюджетных отношений Группой двадцати: формирование транснациональной модели социального государства. / Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие. Материалы Шестой международной конференции, 7-19 апреля 2013. Сб. статей. Том 1 / Под ред. А.А.Аузана, В.П.Колесова, Л.А.Тутова. – М.: РГ-Пресс, 2013.
299. *Калабихина И.Е.* Некоторые аспекты теоретического анализа домохозяйства // Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика. -1995. - №5. - С.28-40.
300. *Карнаух И.В.* Управление знаниями как основная концепция развития современного бизнеса // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2010. № 1. С. 23-27.
301. *Капелюшников Р.* Поведенческая экономика и новый патернализм Часть 1. // Вопросы экономики. – 2013. - № 9. - с. 66-90
302. *Капелюшников Р.* Поведенческая экономика и новый патернализм Часть 2. // Вопросы экономики. – 2013. - № 10. - с. 28-47
303. *Кашин Ю.* Финансовые активы населения (сбережения): подход к оценке уровня жизни // Вопросы статистики. 1998. № 5. С. 44-53.
304. *Киллингсворт М.* Перспективы изучения счастья // Harvard Business Review - 2012. - № 3. - с. 68-70
305. *Кирдина С.Г.* Теория 1) самовоспроизводства и 2) самовоспроизводство теории // Экономическая наука современной России. -2007. - № 4. -С. 114-120.
306. *Кирута А.Я.* Внутриэкономическое положение России: дифференциация доходов населения и социальная напряженность / Ситуационный центр администрации Президента РФ. - М., 2002.
307. *Клейнер Г.Б.* Наноэкономика. // Вопросы экономики. – 2004. - №12. – с.70-93.
308. *Клейнер Г.Б.* Об экономике, гармонии, образовании и интеллигенции // Аккредитация в образовании. -2008.- № 24. - с. 12-15.
309. *Клейнер Г.Б.* Наноэкономика. Анатомия еще одного странного российского феномена. // Юридический вестник. – 1997. - №22.
310. *Клейнер Г.Б.* Системная парадигма и системный менеджмент // Российский журнал менеджмента.- 2008. - Т. 6.- № 3.- С. 27-50.
311. *Климова В.А.* Пути совершенствования мотивационного механизма организации // Российский внешнеэкономический вестник. - 2009. - № 7. - С. 70-74.
312. *Князева Е.Н.* Сложные системы и нелинейная динамика в природе и обществе // Вопросы философии. -1998. -№ 4. -С.138-143.
313. *Константинов Г.Е., Филонович С.Р.* Университеты, общество знания и парадоксы образования // Вопросы образования. – 2005 - № 4. – с. 111.
314. *Косьмин А.Д., Косьмина Е.А.* О формах экономической реализации содержимого человеческого сосуда // Омский научный вестник. 2006. № 9. С. 5-13.
315. *Красильников О.Ю.* Будущее России: гуманитарный прорыв или перманентное отставание / Политэкономика: социальные приоритеты. Материалы Первого международного

- политэкономического конгресса. Т.2.: Национальные экономики в глобальном мире: политическая экономия и экономическая политика. – М.: ЛЕНАНД, 2013. – с. 182-186
316. *Красильников О.Ю.* Анализ Интернет-экономики на микроуровне // Известия Саратовского ун-та. Экономика. Управление. Право. – Т.7. - № 2 – с. 3-13.
317. *Красильников О.Ю.* Знания и информация в концепциях «новой» экономики // Известия Саратовского ун-та. Экономика. Управление. Право. – Т.12. - № 2 – с.12-16.
318. *Красильников О.Ю.* Угрозы и приоритеты развития будущего России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. - №.36 – с. 38-43.
319. *Кувшинова О., Лютова М.* Интернет опасен // Ведомости - № 12. - 12 января 2012. - с. 3.
320. *Кузьминов Я.* Материалы XI Международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. Отв. ред. Е.Г.Ясин. – М.:ГУ ВШЭ, 2011.
321. *Кульков В.М.* Пространственная экономика как объект научного анализа и инновационного приложения // Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие. Т. 1. – М.: РГ- Пресс, 2013. – с. 65-7
322. *Курнышева И., Ухмаев Л.* Накопления и структурные сдвиги // Экономист. 1996. № 3. С.17-22.
323. *Куриц Х.Д.* Инновации и прибыль, Шумпетер и наследие классиков. // Финансы и бизнес. – 2007. - №2. – с.42-43.
324. *Ларичев В.Д.* Как защитить вклады граждан? // Финансы. -1996.- № 8.- С.48-50.
325. *Лебедева Л.Ф.* Структурные сдвиги в личном потреблении в России и США: особенности современного периода // США: экономика, политика, идеология. 1997. №1. С.34-46.
326. *Лебедева Н.Н.* Новая институциональная экономическая теория // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 6: Университетское образование. -2005.- № 8. -С. 100-108.
327. *Львова М.С.* Роль «домохозяйственного подхода» в формировании современной парадигмы экономической теории // Экономика образования. 2010. № 1. С. 116-119.
328. *Любимова Т.А.* Нанoeкономика как исходный уровень анализа экономических отношений // Вестник Иркутского государственного технического университета. -2009. -Т. 38. - № 2.- с. 88-97.
329. *Маевский В.И.* Экономическая эволюция и экономическая генетика // Вопросы экономики.- 1994. - №5.
330. *Макаров В.Л., Клейнер Г.Б.* Функции знаний в современной экономике (часть первая) // Социология образования. - 2009.- № 8. - с. 8-22.
331. *Макарова П.А., Флуд Н.А.* Статическая оценка инновационного развития // Вопросы статистики. – 2009. - №2. – с.15-30
332. *Маршак В.Д.* Сбережения населения как инвестиционный ресурс // Регион: экономика и социология. -1996.- №1.- С.172-182.
333. *Медведев Д.* Реализация национальных проектов: новые задачи // Социально-экономическое развитие России: новые задачи. – М.: ИЭПП, 2008.
334. *Медушевский А.Н.* Экономика и общество в информационную эпоху.// Экономический журнал ВШЭ.- 2001 – № 1.- С. 117
335. *Микульский К.* Экономические реформы и социальная политика // Вопросы экономики. - 1993. - № 12 - с. 10
336. *Мокичев С.В.* Нанoeкономика в инновационной системе региона // Экономический вестник Республики Татарстан. 2009. № 3. С. 62-68.
337. *Мухаметдинова Н.М.* Проблемы бюджетной поддержки инновационного развития России. Человеческий фактор.// Общество и власть. – 2012. - № 1 (28). – с. 2-5
338. *Мушкетова Н.С.* Многоуровневая маркетинговая среда: сущность и содержание // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. - 2010. - Т. 3.- № 2.- С. 124-129.

339. *Неверов А.Н.* Экономическая психология и концепция ноосферной экономики // Психология и экономика. - 2010.- № 1
340. *Некипелов А.Д., Татаркин А.И., Попов Е.В.* Приоритеты развития современной экономической теории // Экономическая наука современной России. 2006. № 3. С. 127-141.
341. *Нестеров Л.* Домашнее хозяйство и накопление потребительского богатства // Вопросы статистики. - 1998.- № 1.- С.20-23.
342. *Никифоров Л., Кузнецова М., Лыкова А.* Использование финансовых накоплений населения в инвестиционных целях // Проблемы прогнозирования. - 1996.- № 3. - С. 91-95.
343. *Нугуманова Л.Ф.* Трансформация модели поведения домашних хозяйств в российской экономике // Дискуссия. – 2012. – № 1(19).
344. *Овруцкий А. В.* Феноменология общества потребления // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) - 2011 - № 1.
345. *Олейник А.Н.* Домашние хозяйства и другие организационные структуры// Вопросы экономики. – 1999. - № 12.
346. *Ольсевич Ю.Я.* Экономическая теория и природа человека: становится ли тайное явным? // Вопросы экономики. - 2007. - № 12. - С.27- 42.
347. *Ольсевич Ю.Я.* Экономическая теория и психогенетика // Российский экономический журнал. - 2004. - № 9-10.
348. *Орехова Е.А.* Экономическое время как среда экономического развития // Общество и экономика. – 2005. – № 1. – с. 140
349. *Пешехонов Ю. В.* Восстановление и защита сбережений населения // Финансы. - 1996. - № 3. - С.11-16.
350. *Поллак Р.* Трансакционный подход к изучению семьи и домохозяйства // THESIS. 1994. № 6. С.51-59.
351. *Поляков А.А., Кондратьев М.А.* Агентная модель виртуальной реальности мировой экономики // Научно-Технические Ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки». – 2011. – № 2 (119). – С. 38-43.
352. *Попов Е.* Миниэкономические институты // Вопросы экономики.- 2005.- № 12. - С. 96-108.
353. *Попов Е.В.* Классификация миниэкономических институтов // Журнал экономической теории. -2005.- № 3. - С. 137-141.
354. *Пороховский А.А.* Государство и новая экономика: американский вызов // США&Канада: экономика, политика, культура. - 2002. – № 3 - с.3-13.
355. *Пороховский А.А.* От инновационного развития – к инновационной экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. - № 1. – с. 103-107.
356. *Пороховский А.А.* Феномен «новой экономики» и функции государства // Российский экономический журнал.- 2002. - № 9. – с. 63-72.
357. *Пороховский А.А., Хубиев К.А.* Формирование российской модели социальной рыночной экономики // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика – 2005. - № 4. – с.
358. *Ржаницина Л.С.* Бедность в России: масштабы, последствия, пути сокращения // Проблемы прогнозирования. -1997.- №5. - С.119-126.
359. *Римашевская Н.М.* Сбережения населения и внутренние источники экономического роста в России // Маркетинг. -1998.- №2.- С. 3-15.
360. *Римашевская Н.М., Бокарева В.К.* Государственный механизм регулирования доходов населения: проблемы совершенствования // Проблемы прогнозирования. -1997.- №5.- С.103-118.
361. *Россинская Г.М.* Экономическое поведение потребителя: многоуровневый подход к анализу // Проблемы современной экономики. -2007.- № 3.- С. 80-83.
362. *Россинская Г.М.* Экономическое поведение потребителя: наноуровень // Вестник ВЭГУ. 2010. № 2. С. 40-46.
363. *Рудяк И.И.* Эйзенштейн: инновация междисциплинарных проекций // Философия хозяйства. 2007. № 6. С. 189-199.

364. *Румянцев А.* Предмет и задачи «информационной экономики» // Российский экономический журнал. -1997.- № 9. - с. 89 -90.
365. *Рыбалкина О.А.* «Эффекты бренда»: элемент матрицы потребительского спроса// Креативная экономика., - 2010. - № 7. - с. 89-90.
366. *Рыбалкина О.А.* Трансформация потребительского спроса в условиях рецессии мировой экономики // Вестник СГСЭУ. – 2011 - № 4 (33) - с. 29-33
367. *Рывкин С.Е., Красновский Д.С.* Логистика индивида (нанологистика): основные понятия, постановка задачи // Вестник экономической интеграции. 2011. № 1. С. 116-124.
368. *Савеличев М.* Как производительно задействовать сбережения населения // Российский экономический журнал. - 1995. - №10. - С.28-30.
369. *Садыков Т. У.* Иннон и основы теории информационной экономики // Вестник Казахского ГУ. Серия экономическая. Алматы. - 1998 - № 10.
370. *Сапир Ж.* Экономика информации: новая парадигма и её границы // Вопросы экономики. – 2005.- № 10. – с. 4-24.
371. *Сапир Ж.* Новые подходы теории индивидуальных предпочтений и её следствия // Экономический журнал ВШЭ. – 2005. – № 3 . – с. 325- 360
372. *Сильвестейн М. и др.* Эффект бумеранга // VCG Review . – 2013 - Июль. - С. 29
373. *Смирнов Е.П.* Инновации: на пути к стратегической политике // Экономические стратегии. – 2009. - №1. – с.68-72.
374. *Смирнов Ф.* Информационная война: О трансформации человеческого сознания через информационные потоки <http://www.russiapost.su/archives/1828>
375. *Соловьев А.* Макроанализ пенсионной системы России // Вопросы экономики. – 2013. - №4 - с. 83-92
376. *Сорокин Д.Е.* Сценарии посткризисного развития: возможности инновационного перестроения // Философия хозяйства. – 2010. - № 1. – С. 71-74.
377. *Сорокин Д.Е.* Переход к новой модели экономического роста: ориентиры и возможности // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2012. – Т. 165. - № 36.
- Стерликов П.Ф.* Наноэкономика как исходный пункт формирования стоимости блага // Экономические науки. 2008. № 46. С. 78-81.
378. *Стерликов Ф.Ф.* К вопросу выделения самостоятельного уровня хозяйствования - экономики человека //Этап: экономическая теория, анализ, практика. 2010. № 1. С. 106-112.
379. *Стиглиц Дж.* Куда ведут реформы? // Вопросы экономики. 1999. № 7.С. 3-28.
380. *Столяров И.И., Ильина И.А.* Доходы россиян: постреформенная динамика // Финансы. 1997. № 7. С. 57-59.
381. *Стрелец И.А.* Информационная экономика как общемировой социальный феномен // Международные процессы. – 2011. – Т.9.- № 25. – с. 25-37
382. *Суворов А.В., Сухорукова Г.М.* Система прогнозных расчетов структуры расходов населения // Проблемы прогнозирования. 1996. № 6. С.35-48.
383. *Сунцов М.* К вопросу о девальвации рубля и о реальных причинах текущего замедления экономики России www.mf-forum.ru
384. *Табата Ш.* Инвестиционный кризис в России // Вопросы статистики. -1998. - №5
385. *Тамбовцев В.Л.* Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие // Российский журнал менеджмента.- 2010. -Т. 8.- № 1. - С. 5-40.
386. *Татаркин А.И., Буркова Т.В.* Наукоемкое потребление в новой парадигме социально-экономического развития // Вестник ЮУрГУ. Серия Экономика и менеджмент. - 2008.- № 30. - . с. 69-75.
387. *Теняков И., Когчагтна З.* Новая экономика: введение в научную терминологию // Вестник МГУ. - 2009. - № 4 .
388. *Тис Дж.* Получение экономической выгоды от знания как актива: «новая экономика», рынки ноу-хау, и нематериальные активы // Российский журнал менеджмента. – 2004. - № 1
389. *Торлопов В.* Социальное государство: сущность и генезис // Человек и труд. - 1998.- №5.- С.10-13.

390. *Тутов Л.А., Шаститко А.Е.* Ограниченная рациональность: проблемы системности определения в междисциплинарном контексте // *Общественные науки и современность*. - 2005. - № 2. - С. 117-127.
391. *Уинстон Г.* Досуг / *Экономическая теория*. – М., 2004. – с. 470-475
392. *Фалалеев А.Н.* Как построить «экономику, основанную на знаниях» без экономических знаний? // *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева*. - 2010.- № 1.- С. 215-219.
393. Финансовый потенциал населения // *Общество и экономика*.- 1996. - № 7. - С. 70-95.
394. *Флербе М.* За пределами ВВП: в поисках меры общественного благосостояния. Часть 1. // *Вопросы экономики*. - 2012.- № 2.- с. 67-93
395. *Фокс Дж.* Чем измерить счастье // *Harvard Business Review* - 2012. - № 3. - с. 60-63
396. *Фридмен М., Свэддж Л.* Анализ выбора в условиях риска // *Российский экономический журнал*. -1993.- № 9.- С.105-119.
397. *Хубиев К.А.* О содержании «новой экономики» // *Экономист*. – 2008.- № 5. – с. 63-70.
398. *Чаплин В.* Православные страны ждет экономическое процветание // *Ведомости* от 11.08. 2013. <http://news.mail.ru/society/14280142/?frommail=1>
399. *Чекмарёв В.В.* Интеллектономика (о главном от главного редактора) // *Экономика образования*. - 2010.- № 1.- С. 7-8.
400. *Чумаченко Б., Лавров К.* Нанотехнологии – ключевой приоритет обозримого будущего // *Проблемы теории и практики управления*. – 2001. - №5.
401. *Шагардин Д.* Делеверидж по-американски. <http://dshagardin.livejournal.com/88891.html>
402. *Шамрай Ю.* Инновации и повышение конкурентоспособности национальной экономики: современный подход. // *Проблемы теории и практики управления*. – 2009 . - № 2.
403. *Шаститко А.Е.* Модели рационального экономического поведения человека // *Вопросы экономики*. - 1998. - № 5.- С. 53-67.
404. *Шевцов Д.С.* Инновационная система фирмы // *Вестник экономической интеграции*. 2010.- Т. 1. - № 7. - С. 133-137.
405. *Шевчук А. Б.* Масштабное наступление на социальные права населения России // *Труд и социальные отношения*. – 2010. - № 11 – С. 21.
406. *Шелестова Д.А.* Комплексность и неоднородность региональных инновационных систем // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10: Инновационные технологии*. - 2007.- № 2.- С. 79-84.
407. *Шитов С.Б.* Формирование «человека нового типа» в условиях развития нанотехнологий // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. - 2009. - № 101. - С. 97-104.
408. *Шкраратан О.И.* Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов // *Общественные науки и современность*. - 2011. - № 1. – с. 8
409. *Янакидис Х.В.* Механизмы обеспечения стратегий инновационного взаимодействия хозяйствующих субъектов в отечественной экономике // *Вестник экономики, права и социологии*. -2010. -№ 2. -С. 61-65.
410. *Яппиров Т.* АйТи – трансформация: как умные технологии меняют бизнес и управление <http://www.forbes.ru/node/244553>

Диссертации и авторефераты:

411. *Богачев С.П.* Построение теории спроса на основе систем потребностей: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Кострома, 2007. - 257 с.
412. *Буторина И.А.* Потребительское поведение домохозяйств в рыночной экономике: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Иркутск, 2002. - 152 с.
413. *Володина Д.Д.* Формирование типов постиндустриального потребителя и их влияние на экономику: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2011. - 182 с.
414. *Голуб Н.И.* Закономерности личного потребления в рыночной экономике: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Саратов, 2000. - 312 с.

415. *Григорьев И.В.* Формирование потребительского поведения: экономико-философский аспект: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Санкт-Петербург, 2004. - 162 с.
416. *Григорьева Н.С.* Формирование и реализация эффективного потребительского спроса в условиях рыночной трансформации российской экономики: дис. канд. экон. наук: 08.00.01, 08.00.05.. Ростов-на-Дону, 2003. - 164 с.
417. *Гужва Е.Г.* Теория потребления: концептуальные подходы к развитию национальной экономики: дис. д-ра экон. наук: 08.00.01. Санкт-Петербург, 2000. - 447 с.
418. *Гуменчук Н.В.* Эволюция личного потребления и его форм в трансформируемой экономике: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Владивосток, 2005. - 160 с.
419. *Дементьева Н.В.* Потребление в переходной экономике: роль, структура, формы: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 1997. - 223 с.
420. *Демина В.В.* Трансформация социально-экономического содержания рабочего и свободного времени в постиндустриальной экономике: автореф. дисс.. - М. 2011. - 44 с.
421. *Демченко С.К.* Структурные изменения в потреблении и накоплении и их влияние на макроэкономическую динамику: дис. д-ра экон. наук: 08.00.01. Красноярск, 2009. - 383 с.
422. *Долгих Т.В.* Потребление среднего класса: постиндустриальные тенденции и российские особенности: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Кемерово, 2004. - 156 с.
423. *Жадан А.А.* Саморегулирование и регулирование экстерналий рынка: : дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Саратов, 2006.
424. *Задорожный И.В.* Закон возвышения потребностей и личное потребление: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 1993. - 209 с.
425. *Земскова Е.С.* Конечное потребление как предпосылка экономического роста в трансформационной экономике: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2005. - 192 с.
426. *Иващенко Н.Н.* Трансформация поведения населения в сфере потребления финансовых услуг: 1987-2002 гг.: дис. д-ра экон. наук: 08.00.05. Нижний Новгород, 2003. - 396 с.
427. *Ильина И.Ю.* Социально-демографическая дифференциация потребления населения дис. д-ра экон. наук: 08.00.05. Москва, 2009. - 293 с.
428. *Колядин А.П.* Фиктивный компонент человеческого капитала как системный феномен экономики знаний: автореф. дисс. д-ра экон. наук: 08.00.01 – Саратов, 2012.
429. *Кнышов А.В.* Теория потребления как методологическая основа современного маркетинга: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Ростов-на Дону, 2002. - 209 с.
430. *Лагунов В.Я.* Система потребления в экономически обособленных территориальных комплексах: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 1995.- 121 с
431. *Лисневский Д.Э.* Воздействие поведения потребителей на устойчивость экономического развития: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2013.- 133 с.
432. *Логунов А.В.* Престижное потребление в системе символического обмена и конструирования социальной идентичности в трансформирующемся российском обществе: дис. канд. социол. наук. - Владивосток, 2003.
433. *Манахова И.В.* Развитие системы отношений «потребление-сбережение» в экономике России: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Саратов, 2000. – 198 с.
434. *Мишин С.И.* Маркетинговое управление поведением потребителей инвестиционных продуктов: дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Москва, 2013. – 144 с.
435. *Мыгылева Ю.М.* Современные механизмы активизации потребительского спроса: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2003. - 209 с.
436. *Россинская Г.М.* Особенности потребительского поведения домохозяйства в условиях трансформации российского общества: дис. д-ра экон. наук: 08.00.01. Москва, 2009. - 307 с.
437. *Рыбалкина О.А.* Развитие потребительского спроса в условиях постиндустриальной экономики: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Самара, 2011. - 234 с.
438. *Рыжкова М.В.* Социально-экономические факторы потребительского поведения: методология вопроса: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Томск, 2003. - 200 с.
439. *Сараев В.В.* Современные тенденции потребления: теоретические аспекты. дис. канд. экон. наук: 08.00.01. СПб, 2007.

440. *Снимицкова И.В.* Потребительский спрос населения и его влияние на макроэкономические воспроизводственные процессы: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2003. - 212 с.
441. *Федорова О.И.* Личное потребление как фактор экономического развития: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. Оренбург, 2006 - 157 с.
442. *Цимерман Ю.А.* Демонстративное потребление в современном обществе: институциональный анализ: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2007. - 213 с.
443. *Шиховец В.В.* Роль частных домохозяйств в формировании рыночной экономики в современной России: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Волгоград, 1998. - 183 с.
444. *Шульгина Л.В.* Личное потребление и тенденции развития его форм в современных условиях: дис. канд. экон. наук: 08.00.01. Воронеж, 1999. - 231 с.
445. *Bhandari, Amit Vijay.* The impact of consumption and liquidity constraints on optimal consumption and investment decisions. - Ph.D., Northwestern University, 2008, p. 151
446. *Tuttle, Markland Howard.* Investigating the impact of aggregate household wealth changes: Permanent versus transitory wealth effects on consumption and taxable income Ph.D., The University of Tennessee, 2003, 195 p.
447. *Marchand, Anne.* Responsible consumption and design for sustainability Ph.D., University of Calgary (Canada), 2009, 202 p.

Иностранная литература:

448. *Adema W., Fron P. and Ladaique M.* Is the European Welfare State Really More Expensive?: Indicators on Social Spending 1980-2012. OECD Social, Employment and Migration Working Papers. 2011, № 124
449. *Aiyagari S., Gertler M.* Asset Returns with Transactions Costs and Uninsured Individual Risk. // *J. Monetary Econ.* - 27 (June 1991): - pp. 311– 31.
450. *Aiyagari S.R.* Uninsured Idiosyncratic Risk and Aggregate Saving.// *Q.J.E.* - 109 (August 1994.- pp.659–84.
451. *Akerlof G, Shiller R,* Animal Spirits, How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. - Princeton University Press, 2009.
452. *Akerlof G.A.* Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior // *American Economic Review.* - 2002. - Vol. 92. - №. 3.
453. *Alvares-Cuadrado F., Van Long N.* Permanent Income Version on the Relative Income Hypotheses // *CESIFO Working Paper.* - 2008. - № 2361
454. *Alvares-Cuadrado F., Van Long N.* The Relative Income Hypotheses // *Journal of Economic Dynamisc.-* 2011. - Vol.35
455. *Ando A., Modigliani F.* The Life-Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests // *American Economic Review.* - 1963. - March.
456. *Arrow K., Debreu G.* Existence of an Equilibrium for a Competitive Economy// *Econometrica.* - 1954. - Vol. 22. - № 2.
457. *Arrow K.J.* Social Choice and Individual Values. - New York, 1951. (Revised ed. 1963).
458. *Baumol W.* The Transactions Demand for Cash: an Inventory Theoretic Approach // *Quarterly Journal of Economics.-* № 66. - 1952. - November.
459. *Beck U.* Was ist Globalisierung? - Frankfurt, 1999.
460. *Beck W., van der Maeson J, Thomese F., Walkers A.* (eds.), / Social quality: a vision for Europe The Hague/London/Boston. Kluwer law international, 2001
461. *Becker G.* Human Capital. - N. Y, 1964.
462. *Becker G.S.* A Theory of the Allocation of Time // *Economic Journal.-* 1965.- Vol.75. - № 299.
463. *Bell D.* Notes on the Post-Industrial Society // *The Public interest.* - N. Y.: National Affairs. 1967. - №7.
464. *Bewley T.F.* The Permanent Income Hypothesis: A Theoretical For-mulation. // *J. Econ. Theory.-* 1977. -16 (December) - p.252–92.

465. *Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I.* Learning from the Behavior of Others: Conformity, Fads, and Informational Cascades // *Journal of Economic Perspectives*. – 1998. - Vol. 12. - pp. 151-170.
466. *Cass D.* Optimal Growth in the an Aggregative Model of Capital Accumulation // *Review of*
467. *Cochrane J.H., Ickes B.W.* Inflation Stabilisation in Reforming Socialist Economics: The Myth of The Monetary Overhang. - N. Y., 1990.
468. *Cochrane J.H.* The Sensitivity of Tests of the Intertemporal Allocation of Consumption to Near-Rational Alternatives // *A.E.R.* 79 (June 1989): - pp319–37.
469. *Compendium of OECD Well-Being Indicators*. - OECD, 2011.
470. *Consumer Policy Toolkit*. – OECD Publishing, 2010.
471. *Crescenzi T.* Beyond the Keynesian Endpoint Crushed by Credit and Deceived by Debt – How to Revive the Global Economy. – NJ, 2012.
472. *Debreu G.* Theory of Value: An Axiomatic Analysis of Economic Equilibrium. - New Haven, 1959.
473. *Domar E.* Essays in the Theory of Economic Growth. - N.Y., 1957.
474. *Drucker P.F.* Post Capitalist Sotiety. – N.Y., 1993.
475. *Dusenberry J.* Income, saving and the theory of consumer behavior. - Cambridge, 1949. *Economic Studies*. – 1965.- 32 (July). – p. 233-240
476. *Fisher I.* A The Nature of Capital and Income.. - N.Y, 1927.
477. *Fogel R. W.* Railroads and American Economic Growth: Essays in Economic History. - Baltimore: John Hopkins Press, 1964.
478. *Foster J.* Evolutionary macroeconomics. - London, 1987.
479. *Friedman M.* A Theory of the consumption function. - Princeton, 1957.
480. *Friedman M.* The Lag in the Effect of Monetary Policy // *Journal of Political Economy*. - 1961. - October.
481. *Global Footprint Network*. - OECD Publishing. 2011
482. *Goldsmith R., Hofacker C.* Measuring Consumer Innovativeness // *Journal of the Academy of Marteting Science*, № 6, 1991. - pp. 209-221
483. *Greening Household Behavior*. – OECD Publishing, 2013.
484. *Guriev S., Zhuravskaya E.* (Un)Happiness in transition // *Journal of economic perspectives* 23, no. 2, (spring 2009), pp.143-168;
485. *Hall R.* Stochastic Implications of the Life Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence// *Journal of Political Economy* 86. -1978. - p. 971-987.
486. *Harvey D.* The Condition of Postmodernity. - Oxford, 1989
487. *Heaton J., Lucas,D.J.* The Importance of Investor Heterogeneity and Financial Market Imperfections for the Behavior of Asset Prices. // *Carnegie-Rochester Conf. Ser. Public Policy* 42 (June 1995): - pp. 1–32
488. *Heckman J.J.* Varieties of selection bias // *American Economic Review*. - 1990. - Vol. 80 (2).
489. *Himanen P.* The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age.- N.Y.: Random House, 2001
490. *Hobson J. A.* The Indaustrial Sistem. - London, 1910.
491. *How's Life? 2013. Measuring well-being*. - OECD Publishing, 2013 <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/>
492. *Hubbard R., Skinner, J., Zeldes S.* Precautionary Saving and Social Insurance.// *J.P.E.* -103 (April 1995): - pp.360–99.
493. *Huggett M.* The Risk-Free Rate in Heterogeneous-Agent Incomplete-Insurance Economies.// *J. Econ. Dynamics and Control* 17 (September– November 1993): - pp.953–969.;
494. *Huggett M.* Wealth Distribution in Life-Cycle Economies.// *J. Monetary Econ.* 38 (December 1996): pp. 469–94.
495. *Johr W.A.* Die Konjukturssh wankungen. - Tubingen, 1952.
496. *Jonson C.* The Informational Diet A case of Conscious Consumption. - O’’ RELLY, 2012
497. *Kahneman D.* Thinking fast and slow .- Macmillan, 2011

498. *Kahneman D., Tversky A.* Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk // *Econometrica*. - 1979. - Vol. 47.- . p/ 263-294.
499. *Kahneman, D., Slovic, P., Tversky, A.* Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. - New York: Cambridge University Press, 1982.
500. *Kaldor N.A.* Model of Economic Growth // *Economic Journal*. - 1957. - Vol. 67.
501. *Kalecki M.* Theory of Economic Dynamics. - N. Y., 1968.
502. *Katona J.* Psychological economics. - N.Y. 1975.
503. *Katona J.* The powerful consumer. - N.Y. 1960.
504. *Klein L.R. Goldberger A.S.* An Econometric Model of the Unlived States, 1929- 1952. - Amsterdam, North Holland, 1955.
505. *Klein L., Peetersson van L.* Forecasting World Trade With Project LINK // *Ball R. J. The International Linkage of National Economic Models*. - Amsterdam: North Holland, 1973.
506. *Koopmans T.C.* Optimum utilization of the transportation system // *Proceedings of the International Statistical Conferences*. - New York: Wiley, 1947.
507. *Kregel J.A.* The Theory of Economic Growth. - London, 1972.
508. *Kuznets S.* Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread. - New Heaven, 1966.
509. *Kuznets S.* Toward a Theory of Economic Growth. - New York: W.W. Norton, 1968.
510. *Kydland F., Prescott E.* Time to Build and Aggregate Fluctuations // *Econometrica*. - 1982. - Vol. 50. - No 6.
511. *Kydland F.E., Prescott E.* C Rules Rather than Discretion: The Inconsistency of Optimal Plans // *Journal of Political Economy*. - 1977. - June. - Vol. 85 (3).
512. *Lancaster K.* A new approach to consumer theory // *Journal of Political Economy*. - 1966. - Vol. 74. - p. 132-157.
513. *Layard R.* Happiness: Lessons from a New Science. – L., 2011
514. *Lewis A.* The Theory of Economic Development. - Homewood, IL: Irwin, 1955.
515. *Lucas R.* Econometric Policy Evaluation: A Critique // *Carnegie Rochester Conference Series on Public Policy*. - 1976. - № 1.
516. *Lucas R.* Evaluating the Effects of Incomplete Markets on Risk Sharing and Asset Pricing.// *Journal of Political Economy*.. -104 (June 1996): - pp.443–87
517. *Lucas R.* On the Mechanics of Economic Development // *Journal of Monetary Economics* 22. - 1988.
518. *Martin W.J.* The Global Information Society. – Aldershot: Aslib Gower, 1997.
519. *Masuda Y.* The Information Society as Postindustrial Society. – Bethesda MD: World futures Society, 1981.
520. *McFadden D.* Conditional Logit analysis of qualitative choice behaviour / In P. Zarembka (ed.). *Frontiers in Econometrics*. - New York: Academic Press, 1973.
521. *McFadden D., Domenich T.* Urban Travel Demand. - North-Holland Publishing Company, 1975.
522. *Mckelvey R., Zavoina W.* Statistical Model for the Analysis of Ordinal Level Dependent Variables // *Journal of Mathematical Sociology*, 1975, Vol.4 № 1. - p. 103-120.
523. *Modigliani F., Brumberg R.* Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-section Data / In K. Kurihara, ed. // *Post-Keynesian Economics*. - New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1954.
524. *Modigliani F., Miller M.* Dividend Policy, Growth and the Valuation of Shares // *Journal of Business*. - 1961. - October.
525. *Modigliani F.* Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations // *American Economic Review*. - 1976.- № 6. - P.297-313.
526. *Muller-Armack A.* Soziale Marktwirtschaft // *Handwörterbuch der Sozialwissenschaften*. Bd. 9. Stuttgart , 1965;
527. *Nakajima M.* Note on the Heterogeneous Agent Model: Aiyagari (1994) // *UIUC*. - April -2007. – pp. 1.-9
528. *Nash J.F.* Non-Cooperative Games // *Annals of Mathematics*. - 1951. - № 54.

529. OECD Internet Economy Outlook 2012 - OECD Publishing. 2012 Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/rights
530. *Qalunic D., Anderson E.* From Security to Mobility: Generalized Investments in Human Capital and Agent Commitment. // Organization Science. – 2000. – vol. II. - №1. – P.1-20.
531. Report Z.1 (B100) «Flow of Funds Accounts» Federal Reserve System. December, 2012 .
532. *Ritzer G.* Exploration in the Sociology of Consumption. - L.: Sage, 2001.
533. *Ritzer G.* The McDonaldization of Society. – Thousand Oaks, CA Pine Forge, 1996.
534. *Robinson J.* The Accumulation of Capital.- London, 1956.
535. *Schultz T.W.* (ed). Economics of the Family: Marriage, Children, and Human Capital. - Chicago: University of Chicago Press for the NBER, 1974.
536. *Shackle G.L.S.* Imagination and the nature of choice. - Edinburgh, 1979.
537. *Simon H.* Models of man. - N. Y., 1957.
538. *Simon H.* A behavioral model of rational choice // Quart Economic. 1955. № 8. pp.99-118;
539. *Slemrod J.* Saving and the Fear of Nuclear War // Journal of Conflict Resolution 30. 1986. N 9. P. 403-419.
540. *Smith V.L.* Microeconomic system as an experimental science //American Economic Review 72. - 1982.
541. Society at a glance 2011. OECD social indicators – OECD, 2011 Официальный сайт ОЭСР www.oecd.org/rights
542. *Spence M.* Job Market Signaling // The Quarterly Journal of Economics. 1973. - Vol. 87.
543. *Stigler G.* The economics of information // Journal of Political Economy. -1961-Vol. 69. (2) - pp. 213-245.
544. *Stiglitz J.* Freefall.- New York: WW Norton Company, Inc. 2010.
545. *Taylor-Gooby P.* The New Welfare State Settlement in Europe. // European Societies -2008-10(1).
546. The Happy Planet Index: 2012 Report. – NEF, June, 2012 www.happyplanetindex.org
547. *Tobin J.* The Interest Elasticity of Transactions Demand for Cash // Review of Economics and Statistics. - 1955. - August.
548. Vers les sociétés du savoir / Repport mondial de l'UNESCO. – UNESCO, 2005.- pp. 51-54
549. *Weintraub S.* Au Approach to the Theory of Income Distribution. - London, 1975.
550. World Economic Outlook (April 2013) – Washington, IMF, 2013, Официальный сайт Мирового банка <http://www.worldbank.org/ru/country/russia/overview>

Таблица 1

**Распределение суточного фонда времени мужчин и женщин
в возрасте 15 лет и старше в зависимости от места жительства, РФ**

	Мужчины - всего		Женщины - всего		Работающие мужчины		Работающие женщины	
	городская местность	сельская местность	городская местность	сельская местность	городская местность	сельская местность	городская местность	сельская местность
	на члена домохозяйства, часов-минут в среднем за день недели							
Суточный фонд времени	24-00	24-00	24-00	24-00	24-00	24-00	24-00	24-00
в том числе:								
рабочее время и время, связанное с работой	4-25	4-09	3-34	2-36	6-08	6-26	5-44	5-23
основная работа	4-23	4-08	3-33	2-34	6-07	6-24	5-42	5-20
дополнительная работа	0-02	0-01	0-01	0-01	0-01	0-02	0-02	0-03
поиск работы	0-01	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00
ведение домашнего хозяйства	1-48	2-48	3-41	4-51	1-31	6-08	2-51	3-51
обучение	0-22	0-15	0-16	0-09	0-06	0-01	0-07	0-02
учеба в учебном заведении	0-22	0-15	0-16	0-09	0-06	0-01	0-07	0-01
занятия на профессиональных и прочих курсах	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00	0-00	0-01
свободное время	4-44	4-28	3-58	3-48	3-58	3-33	3-05	2-47
личный уход	11-08	11-03	11-14	11-31	10-38	10-28	10-45	10-40
сон	8-38	8-29	8-38	8-54	8-11	7-57	8-15	8-16
прием пищи	1-30	1-34	1-24	1-31	1-28	1-33	1-18	1-22
прочий личный уход	1-00	1-00	1-12	1-06	1-00	0-59	1-13	1-01
передвижения	1-28	1-04	1-12	0-51	1-34	1-11	1-24	1-05
связанные с работой	0-44	0-30	0-34	0-21	1-00	0-47	0-54	0-42
связанные с учебой	0-05	0-04	0-03	0-02	0-01	0-01	0-01	0-01
прочие передвижения	0-39	0-29	0-34	0-28	0-33	0-23	0-29	0-23
прочие затраты времени	0-04	0-14	0-05	0-14	0-04	0-12	0-04	0-12
	в процентах							
Суточный фонд времени	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:								
рабочее время и время, связанное с работой	18,4	17,3	14,8	10,8	25,5	26,8	23,9	22,4
основная работа	18,3	17,2	14,8	10,7	25,5	26,7	23,7	22,2
дополнительная работа	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
поиск работы	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ведение домашнего хозяйства	7,5	11,6	15,4	20,2	6,3	8,9	11,9	16,0
обучение	1,5	1,0	1,1	0,6	0,4	0,1	0,5	0,1
учеба в учебном заведении	1,5	1,0	1,1	0,6	0,4	0,1	0,5	0,1
занятия на профессиональных и прочих курсах	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
свободное время	19,8	18,6	16,5	15,8	16,6	14,8	12,8	11,6
личный уход	46,4	46,0	46,8	48,0	44,3	43,6	44,8	44,4
сон	35,9	35,3	36,0	37,1	34,1	33,1	34,4	34,5
прием пищи	6,3	6,5	5,8	6,3	6,1	6,4	5,4	5,7
прочий личный уход	4,2	4,2	5,0	4,6	4,2	4,1	5,1	4,3
передвижения	6,1	4,4	5,0	3,5	6,5	4,9	5,8	4,5
связанные с работой	3,1	2,1	2,4	1,5	4,2	3,3	3,7	2,9
связанные с учебой	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
прочие передвижения	2,7	2,0	2,4	1,9	2,3	1,6	2,0	1,6
прочие затраты времени	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,9

Источник Итоги пилотного выборочного обследования использования (бюджета) времени населением. – М. Росстат, 2010 - с. 9.

Внешний долг отдельных стран в 2011 г.
(на конец года; миллионов долларов США)

Показатели	Внешний долг страны, всего	в том числе				
		органы государственного управления	органы денежно-кредитного регулирования	банки	нефинансовые организации	
					всего	в том числе ПИИ
Россия	545387	34688	11210	162833	336656	84681
Бразилия	404117	57838	4433	138249	203598	105913
Германия	5327202	1654256	60239	2209497	1403209	597854
Греция	475806	203136	135536	117992	19142	6594
Дания	568511	65218	822	366953	135517	52002
Испания	2296914	365267	226898	927004	777746	230777
Италия	2345317	871301	251112	712415	510489	185659
Казахстан	123848	4487	563	14600	104197	59918
Канада	1206800	320923	334	316104	569439	136692
Норвегия	575438	94987	9965	198271	272214	59820
Польша	321910	115168	5040	66014	135688	73689
Республика Корея	398387	53524	30470	194078	120315	7797
США (млрд. долл.)	15047,7	4713,8	451,5	3133,0	6749,3	1293,2
Финляндия	535569	112719	1320	308363	113166	51996
Франция	4988794	1377177	288544	2179744	1143331	410419
Япония	3137597	1153435	17640	1227985	738536	28577

Источник: Финансы России – Росстат, 2012. – с.455; База данных Объединенного центра Банка для международных расчетов, Всемирного банка, МВФ, ОЭСР по внешнему долгу.

Наличие предметов длительного пользования
в домашних хозяйствах
(на 100 домохозяйств; штук)

Показатели	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Телевизоры	124	138	149	154	160	164	170	172
Видеомагнитофоны, видеокамеры	48	66	62	60	58	49	46	46
Музыкальные центры	12	34	38	38	39	39	40	38
Персональные компьютеры	6	26	42	47	54	63	75	86
Холодильники, морозильники	113	117	119	121	123	121	122	125
Стиральные машины	98	97	100	100	101	99	101	101
Электропылесосы	82	84	88	89	92	92	93	93
Швейные, вязальные машины	73	60	57	54	53	43	42	40
Легковые автомобили	27	33	40	44	47	48	50	54

Источник: По материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств; на конец года. См. Россия в цифрах, 2013 – с. 143

Таблица 4

Средневзвешенные ставки по кредитам и депозитам (на начало года), в %

Показатели	2013	2014	Изменения
Кредиты	24,0	21,5	- 2,5
Депозиты	6,9	6,3	-0,6

Примечание Составлено по данным Банка России, 2014 www.crb.ru

Таблица 5

Структура пользования банковскими услугами среди населения, % от респондентов

Показатели	Февраль 2011	Март 2012
Пластиковая карта для получения зарплаты, пенсии, стипендии и т.п., оформленная работодателем	39	44
Регулярные платежи (оплата ЖКХ, телефона, штрафов и др.)	38	42
Потребительский кредит (за исключением кредитной карты)	21	19
Текущий счет, вклад «до востребования»	11	15
Денежные переводы	8	11
Срочный вклад в банке (вклад на определенный срок под процент)	8	14
Дебетовая карта — карта, по которой можно расходовать только собственные средства и нельзя взять в долг у банка	4	9
Автокредит (кредит на покупку автомобиля)	3	3
Кредитная карта — карта, по которой можно взять в долг у банка	3	7
Ипотечный кредит (кредит на покупку недвижимости)	2	3
Интернет-банкинг (доступ и управление счетами через Интернет)	1	1
Банковские ячейки	0	3
Ничего из перечисленного	26	23

Примечание: Составлено по данным всероссийского опроса НАФИ в 2012 г. (1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России)

Таблица 6

Степень социально-экономического расслоения населения¹⁾

	Год	Удельный вес доходов по 20-процентным группам населения, в процентах от общего объема доходов					Коэффициент Джини, процентов	Коэффициент фондов, в разах
		первая	вторая	третья	четвертая	пятая		
Германия	2000	8,5	13,7	17,8	23,1	36,9	28,3	6,9
Италия	2000	6,5	12,0	16,8	22,8	42,0	36,0	11,6
Канада	2000	7,2	12,7	17,2	23,0	39,9	32,6	9,4
Россия	2008	5,1	9,7	14,8	22,5	47,9	42,3	16,9
Соединенное Королевство (Великобритания)	1999	6,1	11,4	16,0	22,5	44,0	36,0	13,8
США	2000	5,4	10,7	15,7	22,4	45,8	40,8	15,9
Франция	1995	7,2	12,6	17,2	22,8	40,2	32,7	9,1
Япония	1993	10,6	14,2	17,6	22,0	35,7	24,9	4,5

¹⁾ Распределение денежных доходов по 20-процентным группам населения, проранжированного в порядке возрастания среднедушевых доходов. По всем странам, кроме России, - оценки Всемирного банка, основанные на национальных данных обследований домашних хозяйств. - Росстат, 2012

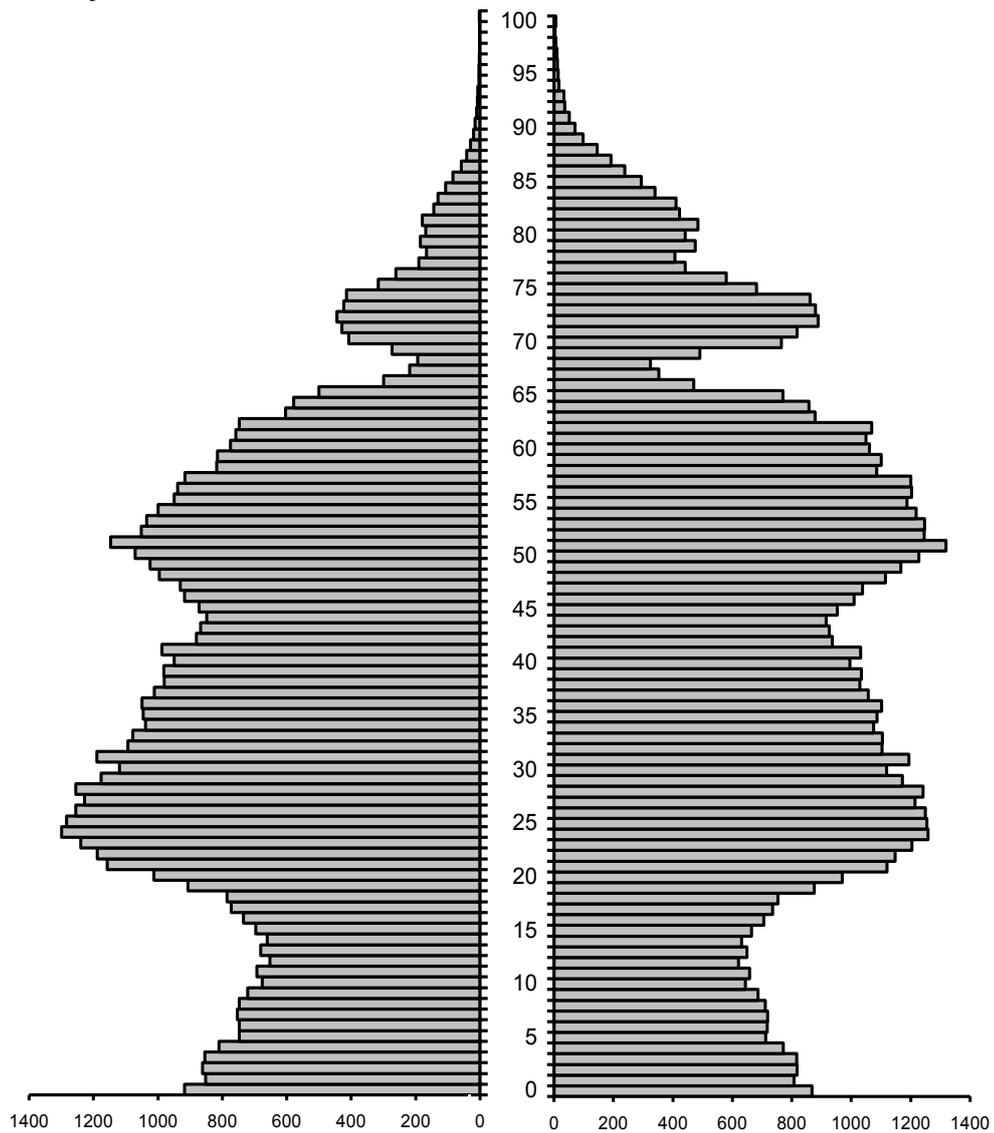
**Возраст,
лет****Мужчины - 66176 тыс.****Женщины - 76880 тыс.**

Рис. Возрастно-половая структура населения РФ (по состоянию на 2012 год)⁵⁹³

⁵⁹³ Россия в цифрах. 2013. – с. 92

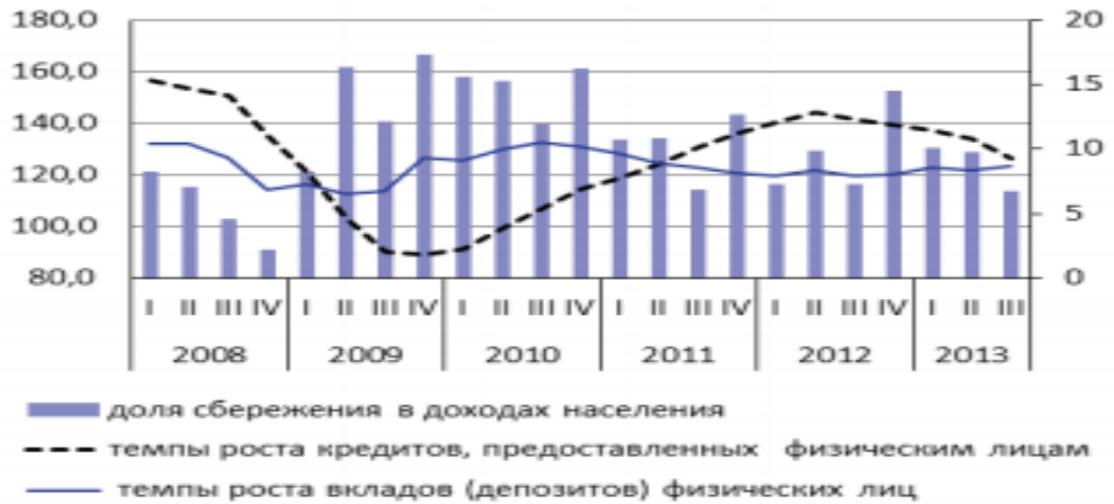


Рис. 2. Динамика кредитов и вкладов физических лиц (в % к предыдущему периоду) и доля сбережений в доходах (Росстат. 2013)



Рис. 3. Предпочитаемая форма сбережений, в % к итогу⁵⁹⁴

⁵⁹⁴ Инфляционные ожидания и потребительское настроение населения. Февраль 2014. – ФОМ, Банк России, 2014 - с.5

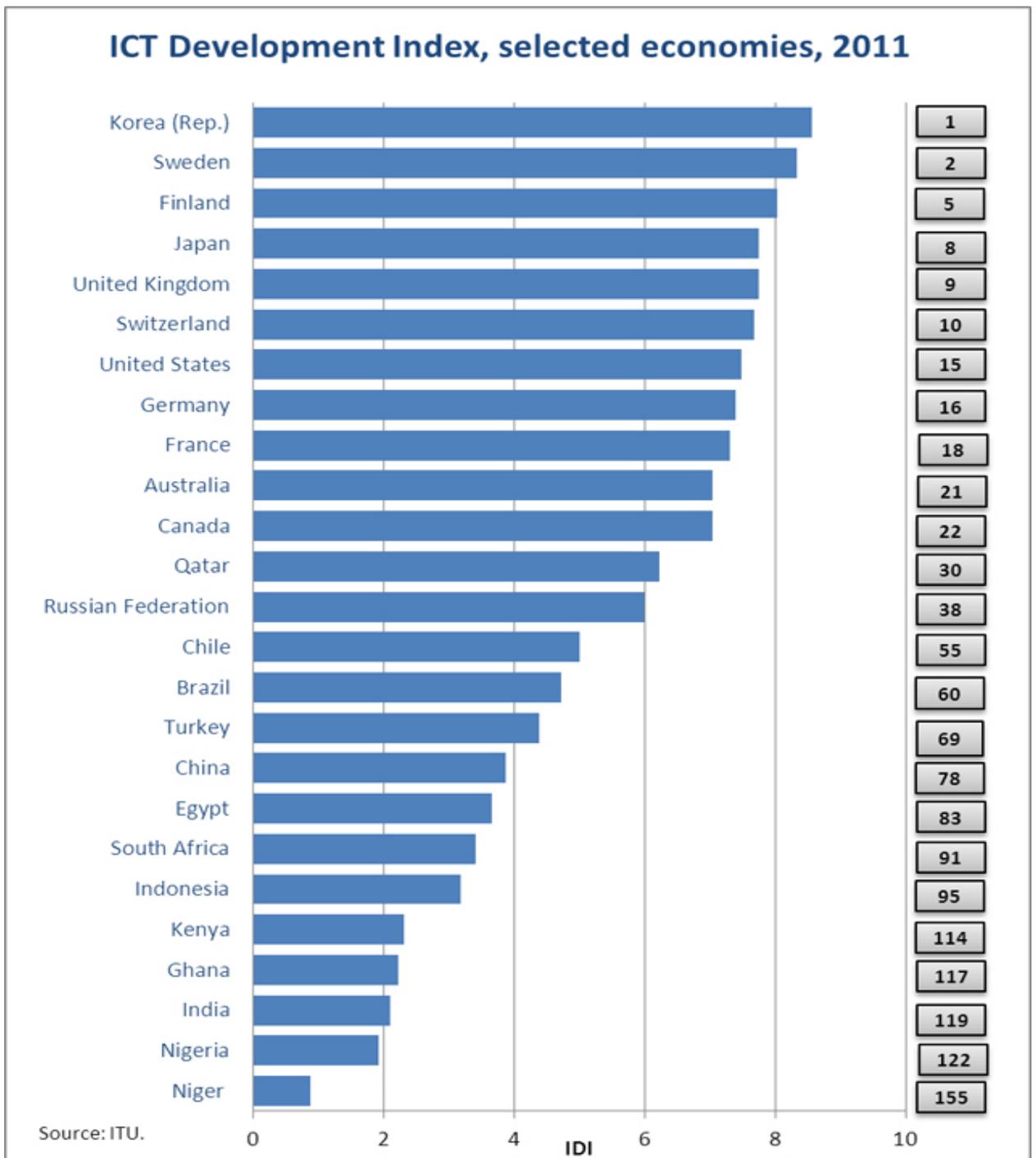


Рис. 4 . Рейтинг IDI за 2011 год⁵⁹⁵

⁵⁹⁵ Измерение информационного общества, 2012 год. – Женева: Международный союз электросвязи (МСЭ), 2012.

е) Проценты по вкладам ж) Пенсия з) Стипендия и) Пособие по безработице к) Детское пособие л) Иные пособия м) Помощь родственникам н) Другое	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
29 Уровень доходов на каждого человека в семье составляет в месяц: До 5000 руб. От 5000 до 10000 руб. От 10000 до 20000 руб. От 20000 до 30000 руб. Свыше 30000 руб.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
30 Получали Вы бесплатные государственные или муниципальные услуги? Образование Здоровоохранение Спорт Другое	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
31 Самая большую долю в потребительских расходах составляют: Продукты питания Непродовольственные товары Услуги (ЖКХ, транспорт и т.д.) Рекреационные услуги (путешествия, отдых, развлечения и т.д.)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
32 Делаете ли Вы сбережения?	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
33 Примерно какую долю доходов откладываете на сбережения (%)?	<input type="checkbox"/>
34 В какой форме предпочитаете хранить сбережения? Вклады в банки Приобретение ценных бумаг Покупка валюты Наличные деньги Пенсионные накопления	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
35 Занимали Вы когда-нибудь деньги в долг (брали кредит)? В банке У друзей, родственников, знакомых	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
36 На какие цели брали кредит? Ипотечный кредит (покупка недвижимости) Автокредит (покупка машины, катера, мотоцикла) Потребительский кредит Другое	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
37 Собираетесь взять кредит в будущем?	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
38 Существует ли риск потери работы?	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
39 Довольны Вы условиями труда?	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
40 Задумывались Вы в ближайшее время о смене работы?	Да <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/>
41 Как Вы распределяете свое время обычно в течение дня (в часах) Работа по найму Работа по дому (приготовление пищи, уборка дома и т.д.) Досуг (сон, развлечения, прогулки, уход за собой и т.д.)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
42 Как часто Вы общаетесь с друзьями, родственниками, соседями? Каждый день Несколько раз в неделю	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Не чаще одного раза в месяц	<input type="checkbox"/>	
43 Можете ли Вы рассчитывать на чью-то помощь в случае возникновения жизненных трудностей?	Да	Нет
44 Являетесь ли Вы участником какой-либо общественной организации, политической партии?	Да	Нет
45 Принимаете Вы участие в обсуждении законов, нормативных актов, целевых программ (через Интернет, СМИ, другим способом)?	Да	Нет
46 Оцените состояние окружающей среды в месте Вашего проживания Хорошая экология Удовлетворительная экология Плохая экология	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
47 Оцените Вашу личную безопасность и членов семьи Полная безопасность Частичная безопасность Отсутствие защищенности	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
48 Оцените по шкале от 0 до 10 баллов насколько Вы удовлетворены жизнью в целом? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 -----	<input type="checkbox"/>	
49 Какие эмоции Вы испытываете чаще в последние 12 месяцев? Положительные эмоции (радость, наслаждение, гордость и т.п.) Отрицательные эмоции (тревога, грусть, боль, страх и т.п.)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
50 Чтобы сделало Вас более счастливыми? (напишите.....)		

Примечание Анкета разработана согласно «Пособие по измерению доступа домашних хозяйств и частных лиц к ИКТ и масштабов их использования.» - Женева: УТИ, 2009.

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/partnership/index.html/>

Инновационные индикаторы благосостояния ОЭСР

<i>Показатели уровня жизни</i>	
 Доход и богатство <i>(Income and wealth)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Чистый скорректированный располагаемый доход домохозяйств</i> включает доход от работы, имущества, арендная плата владельцев жилья и социальные льготы в денежном выражении, за вычетом прямых налогов и взносов в систему социального обеспечения, плюс социальные трансферты в натуральной форме, такие как образование и здравоохранение, получаемые от правительства. • <i>Чистый финансовый богатство</i> состоит из различных финансовых активов, принадлежащих домашним хозяйствам (например, денежные средства, акции и облигации) за вычетом всех видов финансовых обязательств
 Работа и заработок <i>(Jobs and earning)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Уровень занятости</i> – доля населения трудоспособного возраста (лица в возрасте от 15 до 64 лет) • <i>Уровень долговременной безработицы</i> – число лиц, которые были безработными в течение одного года или более
 Жилье <i>(Housing)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Обеспеченность жильем</i> – измеряется как число комнат в жилом помещении, деленное на число лиц, проживающих в нем. • <i>Оценка потенциальных недостатков</i> – процент жилья, не имеющих доступа к базовым установкам
<i>Показатели качества жизни</i>	
 Состояние здоровья <i>(Health status)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ожидаемая продолжительность жизни при рождении</i> Рассчитывается на основе возрастных коэффициентов смертности в настоящее время • Показатель <i>самооценки удовлетворенности состоянием своего здоровья</i>.
 Образование и навыки <i>(Education and skills)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Уровень образования взрослого населения</i> измеряется как процент взрослого населения (от 15 до 64 лет), имеющих среднее образование • Грамотность 15-летних учащихся.
 Баланс труда и отдыха <i>(Work and life balance)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Первый показатель показывает долю работников, которые обычно работают за плату более, чем 50 часов в неделю. • Второй индикатор представляет количество времени в часах, посвященный досугу и уходу за собой в день для населения в возрасте 25-64 лет. • Третий индикатор показывает уровень занятости матерей, имеющих детей в возрасте 6-14 лет.
 Социальные связи <i>(Social connections)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Первый показатель - доля людей, которые сообщают, пообщаться с друзьями и родственниками на разных частотах (т.е. раз в месяц, раз в неделю, а каждый день). • Второй индикатор показывает долю населения, которые могут рассчитывать на помощь в социальной сети
 Участие в управлении <i>(Civic engagement and governance)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Первый показатель- явка избирателей, рассчитывается как отношение числа голосовавший к общему числу избирателей • Второй индикатор характеризует степень, наличия формальных и открытых консультаций по проблемам правительственных мер
 Окружающая среда <i>(Environmental quality)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Показатель качества окружающей среды - средневзвешенная концентрации мелкодисперсных частиц в воздухе, которым мы дышим (измеряется в микрограмм на кубический метр)
 Личная безопасность <i>(Personal security)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Первый показатель- число зарегистрировано умышленных убийств на 100 000 человек в год • Второй показатель - процент людей, которые заявляют, что они были жертвой нападения преступности в последние 12 месяцев.
 Субъективное благополучие <i>(Subjective well-being)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Индикатор субъективного благополучия, общей удовлетворенности жизнью, как воспринимается лиц. Удовлетворенность жизнью - как люди оценивают свою жизнь в целом, а не их текущие ощущения. Измеряется по 10-бальной шкале на Лестнице Жизни