

ПОТРЕБЛЕНИЕ РОССИЙСКИХ ДОМОХОЗЯЙСТВ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД КАК ИСТОЧНИК ВОССТАНОВИТЕЛЬНОГО РОСТА

ФИЛОНЕНКО ЮЛИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА,

кандидат экономических наук,
Южный федеральный университет,
e-mail: uafiloni@mail.ru

На макроэкономическом уровне потребительский спрос является не только важнейшим фактором развития экономики, но и определяющим индикатором социально-экономической ситуации. В связи с этим оценка потребительского потенциала российских домохозяйств является необходимой основой определения внутреннего потребительского спроса как одного из источников восстановительного роста экономики.

Ключевые слова: потребление; потребительский спрос; индекс потребительской уверенности, домохозяйства; дифференциация доходов и потребления; адаптационные стратегии.

At macroeconomic level the consumer demand is the major factor of development of economy and the defining indicator of a social and economic situation. Thereupon the estimation of consumer potential of the Russian households is a necessary basis of definition of an internal consumer demand as one their sources of regenerative growth of economy.

Keywords: consumption; a consumer demand; an index of consumer confidence; households, differentiation of incomes and consumption; adaptable strategy.

Коды классификатора JEL: D13, E21.

Расширение потребительского спроса, снижение инфляции на рынке потребительских товаров и услуг, обеспечение высоких темпов прироста розничного товарооборота являются важнейшими направлениями макроэкономической политики России. Проблему формирования эффективного спроса Дж. Кейнс считал первостепенной для рыночной экономики, а ее решение, по его мнению, находится на стороне спроса, обеспечивающего реализацию этих ресурсов, а не на стороне предложения ресурсов, как полагала неоклассическая школа. Если классическая политическая экономия доказывала, что основой роста экономики является бережливость, воздержание от потребления и накопление сбережений (Смит 2000), то Дж. Кейнс полагал, что «бережливость мешает оживлению предприимчивости и создает благодаря своему вредному влиянию на прибыль порочный круг» (Кейнс 2002). Теория эффективного спроса Дж. Кейнса, рассматривающего экономику как органическое единство, актуальна, на наш взгляд, для современной российской экономики. В докризисный период наблюдалось снижение инфляции и процентных ставок, повышалась доходность на фондовом рынке, однако масштабного притока инвестиций в реальный сектор экономики и прорывного инвестиционного процесса не произошло, так как в течение трансформационного периода российский рыночный механизм не реализовал в достаточной мере потенциал составляющих кейнсианского эффективного спроса — потребительский и инвестиционный спрос. При этом Дж. Кейнс указывал, что в условиях спада производства и сокращения объема инвестиций стимулировать инвестиционный процесс возможно

за счет увеличения конечного спроса, состоящего из потребительского и инвестиционного спроса, считая, что «имеются основания для одновременных действий в направлении увеличения инвестиций и увеличения потребления» (Кейнс 2002).

Мировой финансово-экономический кризис существенно скорректировал стратегии экономических агентов. В связи с этим актуализируются современные исследования российских домохозяйств, поведение которых определяет динамику агрегированных показателей и позволяет дать микроэкономическое обоснование макроэкономических переменных. Тот известный факт, что принимаемые отдельным домохозяйством потребительские решения влияют на его благосостояние в будущем, а потребительский спрос на макроэкономическом уровне является важнейшим фактором развития экономики, определяющим индикатором социально-экономической ситуации, объясняет важность тренда потребительского спроса на макроэкономическом уровне как одного из факторов развития экономики.

Наиболее ощутимым последствием мирового финансово-экономического кризиса 2008–2009 гг. стало снижение располагаемых доходов — за первое полугодие 2009 г. в 59 регионах России тестировалось их снижение на 20–24% (ФСГС 2010). По данным масштабного исследования ВЦИОМ в 2009 г. 44% респондентов заявили о снижении своих доходов (ВЦИОМ 2010). Снижение потребительского спроса наблюдалось в жилищном строительстве, в автомобильной промышленности, в ипотечном и розничном кредитовании. Однако, несмотря на негативное воздействие кризисных явлений, российские домохозяйства вновь подтвердили свой статус стабильного, способного к социально-экономической адаптации экономического субъекта, который реализует защитные механизмы, вступающие в действие в критические периоды времени, обеспечивающие его выживание в нестабильной экономической среде, смягчающие негативные последствия кризисного периода.

Так, российские домохозяйства активизировали свои адаптационные стратегии, применяемые и апробированные ими на протяжении всего периода реформ, начиная с 90-х гг. XX в., в период кризиса 1998 г. и в посткризисный период с 1999 г. с последующим восстановительным ростом с 2003 г., вплоть до 2008 г. Анализ динамики потребительского тренда на протяжении всего периода реформ показывает, что в кризисных ситуациях существенного падения уровня потребления не происходило за счет снижения качества потребляемых товаров и услуг, за счет отказа от многих привычных статей потребительских расходов, а также за счет наличия или отсутствия сбережений. Таким образом, одна из форм адаптации связана с самоограничением и исчерпанием ресурсов домохозяйства (экономия, долги, продажа имущества, откладывание платежей), что позволяет детерминировать ее как неприбыльную, исчерпывающую стратегию, не способствующую увеличению социально-экономического потенциала домохозяйств. Эта стратегия реализовалась и в 2008–2010 гг. В 2009 г., по данным исследования Фонда общественного мнения, который регулярно проводит мониторинг мнений населения в период кризиса, более 60% опрошенных говорят о том, что им приходилось отказываться от расходов и покупок, которые они могли себе позволить в докризисный период (ФОМ 2009). По данным исследования, проведенного в мае 2009 г. компанией «КОМКОН», 58% опрошенных россиян отметили, что стали экономить на мясных деликатесах, 49% — на рыбных деликатесах, 47% — на колбасных изделиях, 39% — на сырах, 36% — на фруктовых и овощных соках, 35% — на алкогольной продукции и кондитерских изделиях (КОМКОН 2009).

По мере восстановления экономики растут доходы домохозяйств. В первом квартале 2010 г. реальные располагаемые доходы выросли на 6,5%, реальная заработная плата — на 3,8% (Райская 2010). В то же время Росстат тестирует повышение обычных норм сбережения: за период с середины 2009 г. и за четыре месяца 2010 г. возросла доля

расходов на сбережения на 5,1 процентных пункта, тогда как доля потребительских расходов на промышленные товары уменьшилась на 2,6 п.п. Это стало еще одной защитной реакцией домохозяйств на сохраняющуюся неопределенную ситуацию в экономике в целом и на возросший риск потери работы, в частности. Это привело в 2009 г. к падению оборота розничной торговли, который с 1999 г. имел только повышательные тенденции (в среднем на 12% в год). Однако уже с начала 2010 г. этот показатель демонстрировал постепенное повышение (см. рис. 1): на 2% в январе–апреле 2010 г. по сравнению с аналогичным периодом 2009 г., а в 2011 г. прогнозируется его рост на 3,1% к уровню 2010 г.



Рис. 1. Динамика розничного товарооборота (по данным ФСГС РФ)

Отмеченная тенденция вполне согласуется с данными Росстата за I квартал 2010 г., свидетельствующими об укреплении позитивной динамики потребительских ожиданий домохозяйств. Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в I квартале 2010 г. по сравнению с IV кварталом 2009 г. поднялся на 10 п.п. (см. рис. 2).



Рис. 2. Индекс потребительской уверенности российских домохозяйств (по данным ФСГС РФ)

Интерес представляет сравнение индекса потребительской уверенности в странах Европы, где этот показатель является важным макроэкономическим индикатором (см. табл. 1). Динамика российского индекса в целом соответствует ситуации, наблюдаемой в странах ЕС, то есть российский потребитель вполне адекватно отреагировал на экономический кризис.

Таблица 1

Индекс потребительской уверенности в России и странах ЕС

Страна	ноябрь 2009 г.	февраль 2010 г.	Страна	ноябрь 2009 г.	февраль 2010 г.
Россия	-20,0	-10,0	Люксембург	-4,4	-6,4
Австрия	-2,9	0,6	Мальта	-32,1	-34,2
Бельгия	-9,5	-15,1	Нидерланды	-5,5	-2,1
Италия	-16,6	-21,8	Польша	-25,4	-18,9
Великобритания	-8,3	-2,2	Португалия	-30,1	-33,3
Венгрия	-50,6	-44,6	Швеция	17,1	21,7
Германия	-18,5	-17,4	Финляндия	11,9	16,8
Греция	-37,6	-50,5	Франция	-18,1	-16,5
Дания	7,3	10,8	Чехия	-7,9	-10,5
Испания	-20,7	-18,8	Кипр	-37,7	-38,1

Известно, что индекс рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти показателей: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок. Повышение уровня индекса потребительской уверенности сопровождалось положительными изменениями во всех его компонентах. Особенно заметно на этом фоне выросли значения индексов ожидаемых и произошедших изменений в экономике страны. Соответственно растет индекс благоприятности условий для крупных покупок до (-30%), что выше уровня IV квартала 2009 г. на 4 процентных пункта (см. рис. 3).

Стимулирование потребительского спроса в большинстве развитых стран является главной задачей государственных ведомств, ответственных за антикризисную политику. При этом эффективность принимаемых мер оценивается по влиянию на уровень совокупного спроса потребителей. Однако российская антикризисная политика поставила по главу угла не потребительский спрос и не поддержку тех или иных рынков, а поддержку конкретных производителей. Тем не менее позитивная динамика соответствующих индексов свидетельствует о начавшемся повышении потребительской активности и расширении потребительского спроса.



Рис. 3. Индекс благоприятности условий для крупных покупок и сбережений (по данным ФСГС РФ)

Известно, что **среднедушевое реальное потребление домохозяйств** определяется тремя составляющими: уровнем дохода, стандартом потребления и степенью компетентности членов домохозяйств в отношении бездефицитного сведения их бюджетов. В связи с этим повышение эффективной реализации потребительского потенциала российских домохозяйств как одно из условий посткризисного роста связано, во-первых, с повышением доходов домохозяйств, во-вторых, с рационализацией потребительских стандартов, целей и повышением культуры потребления, в-третьих, с улучшением потребительских настроений в обществе, а также с повышением экономической самостоятельности домохозяйств в плане оптимизации ведения семейного бюджета.

Повышение располагаемых доходов домохозяйств и на этой основе рост частного потребления является стратегической задачей государства. В соответствии с расчетами экспертов, для формирования среднего класса уровень потребления в РФ должен возрасти в среднем в 1,7–1,8 раза. Отсюда вытекают конкретные задачи по повышению уровня дохода, сформулированные в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г.»:

- рост реальных располагаемых доходов населения на 153–154%;
- установление минимального размера оплаты труда на уровне восстановительного потребительского бюджета (превышающего прожиточный минимум трудоспособного населения в 2–2,2 раза);
- доведение адресности выплаты социальных пособий, привязанных к уровню доходов населения к 2012 г. в среднем по стране до 70–80% (тогда как в 2007 г., по экспертным оценкам, — 40–50%), а охвата бедного населения государственными социальными программами к 2020 г. — до 100% (в 2007 г., по экспертным оценкам, — 60%);
- повышение минимального размера оплаты труда и оплаты труда работников бюджетных организаций;
- повышение среднего размера трудовой пенсии по старости до уровня, обеспечивающего минимальный воспроизводственный потребительский бюджет.

В то же время следует отметить, что последовательное и поэтапное повышение доходов обеспечивает рост потребления пропорционально росту дохода. При скачкообразном росте дохода потребление увеличивается в меньшей степени, чем доход, и приспособится к новому уровню дохода тогда, когда рост реального дохода начнет замедляться. Эта гипотеза была выдвинута Э. Хансеном на основе анализа статистических данных и постулирована в модели Д. Робертсона, согласно которой текущее потребление зависит от ранее полученного дохода, а будущее потребление — от текущего дохода. При этом предполагается, что приспособление потребления к доходу зависит от двух обстоятельств: от промежутка времени, на который расходы отстают от доходов, и от предельной склонности к потреблению (*Robertson 1997*).

Важным аспектом проблемы повышения доходов и роста уровня потребления является дифференциация доходов и потребления. Дифференциация доходов должна соответствовать дифференциации потребления, а рост доходов — эквивалентным сдвигам в структуре потребления. В ситуации существенной дифференциации доходов и потребления отсутствуют возможности для его структурного усложнения, и экономическая действенность дифференциации доходов ослабляется. В ситуации недостаточной межотраслевой дифференциации доходов и невозможности обеспечения эквивалентной дифференциации потребления действенность дифференциации доходов еще более ослабляется. Так, для социалистической экономики было характерно уравнительное потребление основных видов продуктов питания, что определялось невысокой дифференциацией оплаты труда и уравнительным распределением доходов. Относительно равное потребление этих продуктов различными группами домохозяйств характерно и для высокоразвитых стран, однако по совершенно другим причинам.

В этих странах обеспечивается сравнительно высокий уровень жизни населения, при котором потребление продуктов питания не лимитируется недостаточностью доходов, следовательно, все слои населения могут удовлетворять потребности в этих продуктах независимо от степени дифференциации их доходов (Михеев 2004). Здесь дифференциация доходов не обуславливает значительных различий в потреблении основных видов продуктов питания, так как уровень даже сравнительно невысоких доходов позволяет удовлетворять первоочередные насущные потребности.

В странах с нестабильной экономикой неравенство в потреблении продуктов питания определяется дифференциацией доходов населения. Потребление высокообеспеченных домохозяйств ограничивается только их потребностями, потребление малоимущих — доходами ниже прожиточного минимума. По мнению Д. Михеева, один из эмпирических законов, характеризующих различия в потреблении отдельными домохозяйствами, можно сформулировать следующим образом: чем выше уровень среднедушевого потребления продукта в стране, тем меньше дифференциация в его потреблении разнообеспеченными домохозяйствами. Малое среднедушевое потребление, при наличии значительной дифференциации доходов различных групп населения, означает адекватную дифференциацию в потреблении основных продуктов питания (Михеев 2004). Таким образом, оптимальная дифференциация доходов и потребления учитывает одновременное эффективное наполнение доходов, и обеспечение приращения дополнительного структурного разнообразия потребления различных групп домохозяйств по мере роста доходов, и обеспечение соответствия между доходами и рациональным потреблением. В то же время структура потребительского поведения неотделима от конкретных социокультурных матриц, определяющих доминанты и приоритеты потребительского поведения. В продвижении к рациональному потреблению принципы социальной целесообразности реализации доходов не всегда совпадают с реальными закономерностями эффективной реализации их для потребителя. Таким образом, главной задачей поддержания и повышения уровня жизни является обеспечение обратной связи между потреблением и производством, рациональная система потребительских стимулов, целей и стандартов.

Мировой финансово-экономический кризис, безусловно, внес свои коррективы по объективным показателям потребительского климата (доходы, расходы, их структура, занятость), в структуру потребительского спроса, переориентировал потребительские стандарты. Однако российские потребители сохраняют прежние потребительские привычки либо адаптируют их к текущей ситуации. Так, с 2010 г. тестировалась положительная динамика таких важных индикаторов как индекс потребительских настроений и индекс благоприятности условий для крупных покупок и сбережений. Основные тренды потребительского поведения домохозяйств сохранились — российские домохозяйства в большинстве являются весьма ориентированными, требовательными, достаточно инновативными и рационально-эмоциональными потребителями. В этой ситуации **частное потребление выступает одним из реальных источников** роста российского ВВП со стороны спроса (см. рис. 4).

Таким образом, прогнозные возможности потребительских индексов и дальнейший рост потребительской уверенности российских домохозяйств во всех его компонентах (индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России, индексы благоприятности крупных покупок и сбережений, индекс личного материального положения демонстрируют постепенные позитивные изменения) позволяют сделать вывод о том, что даже в ситуации неоднородности факторов экономического роста преодоление последствий кризиса и начало восстановительного периода будет спровоцировано как внешним экспортным спросом, так и внутренним потребительским спросом.

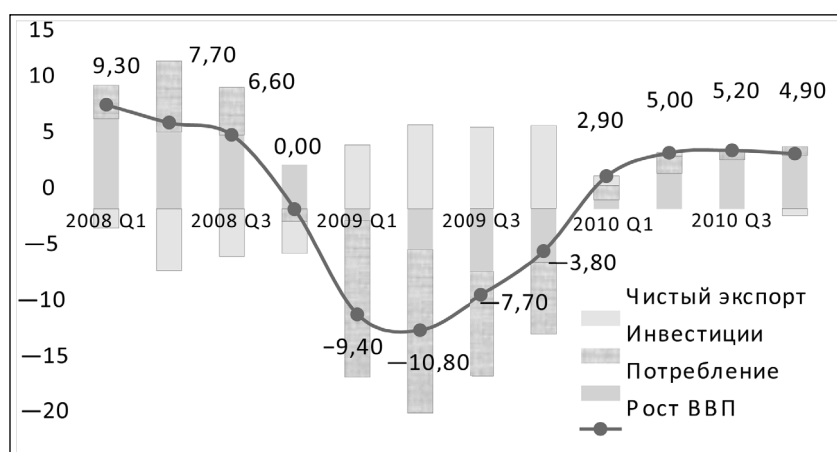


Рис. 4. Источники роста российской экономики по данным Всемирного банка, ежеквартально, 2008–2010 гг. (% изменение к соответствующему периоду прошлого года)

ЛИТЕРАТУРА

- Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). (www.wciom.ru).
 Доклад Всемирного банка об экономике России № 22. (www.uisrussia.msu.ru/docs/nov/worldbank/worldbank_index.htm).
 Кейнс Дж.М. (2002). Общая теория занятости процента и денег. М.: Гелиос Арв. КОМКОН (маркетинговая компания). (www.comcon-2.ru).
 Михеев Д. (2004). Потребности и потребление в постсоциалистической экономике // *Общество и экономика*. № 4.
 Райская Н., Рощина Л., Сергиенко Я. и Френкель А. (2010). Экономика в 2009–2010 гг. // *Экономист*. № 8.
 Смит А. (2000). Исследование о природе и причинах богатства народов // *Классика экономической мысли*. М.: Эксмо-Пресс.
 Федеральная служба государственной статистики. (www.gks.ru).
 Хансен Э. (1997). Экономические циклы и национальный доход / *Классики кейнсианства*. Т. 1. М.: Экономика.
 Robertson, D. (1940). *Essay in Monetary Theory*. P.S. King and Son. L.