

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ

В статье раскрываются тенденции трансформации потребления продукции и услуг в условиях современного рынка, развивающегося в информационной экономике. Они сопровождаются расширением банковской и торговой инфраструктуры, диффузией финансовых инноваций во все сферы деятельности, тотальным информационным маркетингом, увеличением информатизации организаций и уменьшением символической ценности благ, которые приводят к изменению моделей потребления.

Ключевые слова: тенденции, трансформация, потребление, продукция, услуги, рынок, информационная экономика, банковская и торговая инфраструктура, диффузия, финансовые инновации, сферы деятельности, тотальный информационный маркетинг.

Трансформация потребления деловых услуг в условиях современного рынка в развивающейся информационной экономике, которые имеют тенденции расширения банковских услуг и торговой инфраструктуры, диффузии финансовых инноваций во все сферы деятельности, тотального информационного маркетинга, увеличения информатизации организаций, приводит к изменению моделей потребления [1].

Теоретической базой моделирования потребительской функции являются следующие канонические теории потребления.

1. Кейнсианская гипотеза текущего дохода. Центральное место в данной гипотезе занимает модель рыночного равновесия. Графическое представление модели получило название кейнсианского креста, демонстрирующего главенствующую роль совокупного спроса в рыночной экономике.

2. Гипотеза относительного дохода Дьюзенберри. В своей работе «Доход, сбережения и теория потребительского поведения» (1949 г.) Дьюзенберри выдвинул гипотезу относительного дохода. Он предположил, что в основе потребительского поведения лежат два фактора: желание человека «жить не хуже, чем другие» — демонстрационный эффект и желание человека «жить не хуже, чем раньше». Данная гипотеза основана на положении о том, что потребление индивида определяется не абсолютным текущим доходом, а отношением его дохода к среднему доходу социального слоя, к которому он принадлежит.

3. Гипотеза перманентного дохода М. Фридмана. В основе гипотезы лежит идея того, что субъекты формируют потребительские расходы в зависимости не от текущего (Дж. Кейнс), а постоянного (перманентного) дохода, стремясь обеспечить равный уровень потребления на всей протяженности жизни.

4. Теория межвременного замещения Фишера. Цель формирования модели заключается в выборе рациональных потребителей между текущим и будущим потреблением.

* © Надеин Н.В., 2015

Надеин Никита Вячеславович (nikitanadein@me.com), кафедра экономики инноваций, Самарский государственный университет, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

5. Теория «мегазлоупотребления» потреблением Кресцензи заключается в доступности получения кредитов и трудности возврата долга.

6. Модель жизненного цикла Модильяни. Модель основывается на положениях И. Фишера о роли сбережений в сглаживании потребления: люди используют сбережения для возможности увеличения потребления в период уменьшения текущего дохода.

7. Расширительная гипотеза «относительного дохода как версии перманентного дохода» Альвареса-Куадрато и Ван Лонга. Основана на предположении, что доход потребителя увеличивается, как и его перманентная часть.

8. Модифицированные модели динамической оптимизации:

– модель перекрывающихся поколений Даймонда. Идея заключается в том, что отличительной особенностью данной модели является взаимосвязь экономических показателей с результатами предыдущего этапа деятельности и дискретность времени;

– модель кредитных циклов Кийотаки-Мура. Кредитование потребления имеет циклический характер – есть подъемы и спады. В период слабой активности необходимо заранее иметь резервы;

– модель самострахования Аягари. Основывается на применении страхования доходов в динамике оптимизации потребления.

На основе проведенного микроэкономического анализа движения доходов и расходов домохозяйств автором в работе представлены следующие динамические модели потребления деловых услуг: доходная, накопительная, заимствования.

Под доходной моделью потребления деловых услуг (IMC – income model of consumption) понимается форма поведения потребителей деловых услуг, при которой на потребительские расходы тратится весь доход, полученный в текущем периоде, и не имеется возможности откладывать сбережения и/или брать займы [2].

Эмпирические исследования автора показывают, что примерно треть российского бизнеса сталкивается с ограничением по ликвидности. Для этой группы потребление зависит от текущего располагаемого дохода, а не от среднего уровня благосостояния в течение всего периода деятельности, предельная склонность к потреблению $MPC = 1$.

Под накопительной моделью потребления деловых услуг (SMC – saving model of consumption) понимается форма поведения потребителей деловых услуг, при которой на деловые услуги тратится меньше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся профицит капитализируется в виде финансовых активов и способствует накоплению экономического благосостояния.

Существуют различные мотивы накопления, которые сведены к следующим: накопление для накопления благосостояния в течение жизненного цикла; накопление для временного замещения настоящего будущим потреблением; накопление для сглаживания потребления во времени (не связанный с риском); накопление по предосторожности (связанный с риском) [4].

Под моделью заимствования для потребления деловых услуг (CrMC – credit model of consumption) понимается форма поведения потребителей деловых услуг, при которой на потребление расходуется больше, чем получено в виде текущего дохода, а образовавшийся дефицит покрывается за счет привлечения заемных средств.

Выявлены и обоснованы мотивы перехода на кредитную модель потребления: желание иметь товары и услуги в настоящем; сглаживание потребления во времени, связанное с риском; повышение позиционного статуса (демонстративный эффект); форс-мажорные обстоятельства; оплата ранее взятых кредитов (револьверные кредиты) [5].

Основное содержание динамических моделей потребления деловых услуг представлено в табл. 1.

Таблица 1

Основное содержание динамических моделей потребления деловых услуг на рынке [4]

Показатели \ Модели	Доходная модель потребления (IMC)	Накопительная модель потребления (SMC)	Модель заимствований для потребления (CrMC)
Функция цели	Максимизация полезности (U)	Минимизация рисков (R), максимизация полезности (U)	Минимизация рисков (R), максимизация полезности (U)
Ограничения	Бюджетное ограничение труднодоступность внешних заимствований	Бюджетное ограничение, временные ограничения	Бюджетное ограничение труднодоступность внешних заимствований, временные ограничения
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 и предельная склонность к потреблению ($APC=C/Y$; $Y=\Delta C/\Delta MPC=b$)	Средняя и предельная склонность к накоплению ($APS=S/Y$; $Y\Delta S/\Delta MPS$)	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	Процентный, рыночный	Кредитный, рыночный, процентный
Доминантный фактор	Y- доход; T -налоги	R – ставка процента W – богатство I- 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	Нулевое	Эффект дохода	Эффект замещения
Влияние на благосостояние потребителя	Постоянное	Рост финансовых активов	Рост нефинансовых активов
Взаимосвязь с экономическим циклом	Ациклическая	Контрциклическая	Циклическая
Влияние на экономику	Зависит от структуры и объемов потребительских расходов	Увеличивает потребительский спрос в долгосрочном периоде и сокращает в краткосрочном	Положительное в краткосрочном периоде и отрицательное в долгосрочном

Теоретический анализ позволил выявить, что принятие решения относительно выбора модели потребления деловых услуг обусловлено [3]:

- во-первых, влиянием экономических факторов, важнейшими из которых являются уровень располагаемого дохода, накопленное богатство и ставка процента, причем воздействие последней возрастает;
- во-вторых, усилением социальных факторов и психологических особенностей потребительского поведения;
- в-третьих, различиями предпочтений потребителей по отношению к настоящему и будущему потреблению;

- в-четвертых, их склонностью или несклонностью к риску;
- в-пятых, стадией жизненного цикла в момент принятия решения.

При росте доходов потребителей уровень потребления и благосостояния большинства потребителей деловых услуг в абсолютном выражении постепенно повышается, однако под влиянием информационного фактора потребности и запросы растут еще более быстрыми темпами [6]. При этом 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 ($D > S$).

Данный факт объясняет привлечение кредитных ресурсов для покрытия дефицита бюджета потребителей деловых услуг, что позволяет увеличить платежеспособный спрос в текущем периоде. Однако займы осуществляются в счет будущих доходов, следовательно, происходит перераспределение накопленного богатства в будущих периодах.

Отсюда, возникает гипотеза, что на макроэкономическом уровне увеличение склонности к кредитованию в краткосрочном периоде приводит к увеличению потребительских расходов за счет кредитных ресурсов и к повышению потребительского спроса, следовательно, и совокупного спроса, что, в свою очередь, вызывает рост ВВП [7].

Однако массовое потребление в долг дает только временный эффект и не является производительным даже в среднесрочной перспективе. Долговое финансирование деловых услуг, по сути, является скрытой формой сокращения капитала, особенно если кругооборот последнего происходит вне границ производства, что может выступать существенной причиной экономического кризиса.

В заключение автором дается оценка риска потребителя деловых услуг, как экономической категории. Под риском 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.

Автором предлагается многокритериальная матрица рисков потребителя, в которой выделены доминантные риски информационной экономики (табл. 2).

Механизм снижения рисков, адекватный условиям информационной экономики, включает [8]:

- внедрение эффективного режима потребительской политики деловых услуг с целью нейтрализации провалов рынка, открытости и большей симметричности информации, формирование государственно-частных и общественных институтов информирования и защиты потребителей;
- развитие системы страхования и компенсации потребления деловых услуг;
- повышение финансово-экономической грамотности потребителей деловых услуг от самообучения до переформатирования системы образования, ориентацию на получение практических навыков и развитие необходимых потребительских компетенций на информационно насыщенных рынках.

В мире происходит активный поиск новых моделей предложения и потребления деловых услуг за счет социализации общества [9]:

- сокращение некоторых социальных обязательств государства в сфере услуг и передача функций частному сектору (европейский вариант);
- формирование новых форм оказания всех видов услуг (трансатлантическая модель, американский вариант);
- создание социального государства для резидентов (азиатский вариант);
- конвергенция моделей (транснациональная модель).

Таблица 2

Матрица потенциальных рисков потребителя деловых услуг [4]

Виды и уровни рисков	Экономические	Финансовые	Социальные	Природные и техногенные	Политические	Информационные
Нано-уровень	Риск недополучения прибыли, вероятной потери упущенной выгоды	Дефицита бюджета, ограничения кредитования	Невыплаты пособий, пенсий, потеря здоровья	Вредное производство и опасная профессия	Нарушение прав собственности, нарушение прав человека	Информационная недоступность, вирусы, информационный стресс
Микро-уровень	Потеря дохода, имущества, рост цен	Бюджетного дефицита, потери сбережений, снижение ставки по вкладам	Потери социального статуса, потери здоровья	Плохая экология, коммунальные ограничения	Нарушение прав потребителя, нарушение прав собственности	Асимметрия информации, ложная информация, агрессивный информационный маркетинг
Мезо-уровень	Снижение уровня и дифференциации потребления по сравнению с другими регионами	Повышения местных налогов, неравномерность развития регионов	Большие социальные расходы, сжатия социальной инфраструктуры	Ухудшения экология в регионе	Обособленность региона,	Отсутствие доступа связи, отсутствия информационной инфраструктуры
Макро-уровень	Зависимость от импорта, повышение налогов, низкие темпы экономического роста, неравномерное развитие отраслей	Банкротства финансовых и производственных систем и институтов, инфляция	Снижение социальных льгот	Стихийные бедствия, чрезвычайные ситуации, природные аномалии	Политические шоки, несовершенство законодательства	Цифровой разрыв, кибератаки, информационный шпионаж
Мега-уровень	Продовольственные риски, повышения тарифов и пошлин, международные санкции	Валютные риски, дефолт страны, ужесточение сроков возврата международных кредитов	Рост глобального неравенства (социального, гендерного, имущественного)	Изменения климата, природные катаклизмы техногенные катастрофы	Потери суверенитета, войны, международные конфликты, революции	Информационные войны, цифровой разрыв, киберугрозы

Выработка новой парадигмы предоставления услуг делового характера на основе синтеза технологий информационной экономики и достижений социального государства может стать движущей силой прогрессивного развития российского общества.

Библиографический список

1. Башмачникова Е.В., Курносова Е.А. История развития теории и практики инновационной деятельности в сфере услуг // Вестник Сам. гос. экон. ун-та. 2008. № 10. С. 17–19.
2. Курносова Е.А. Конкурентоспособность предприятия сферы услуг на основе формирования инновационного поведения: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Тольятти, 2009. 26 с.
3. Курносова Е.А. Классификация инноваций в сфере сервиса // Научное обозрение. 2008. № 2. С. 48–51.
4. Манахова И.В. Трансформации потребления в информационной экономике: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М., 2014.
5. Михайлова Е.В., Никишов В.Н., Сараев Л.А. Обобщение модели Бюльмана-Штрауба для оценки убыточности динамического портфеля рисков // Вестник Самарского государственного университета. 2011. № 10 (91). С. 117–128.
6. Сараев А.Л., Сараев Л.А. К расчету эффективных параметров оптимизации производства с микроструктурой // Вестник Самарского государственного университета. 2012. № 1 (92). С. 231–236.

7. Тюкавкин Н.М., Надеин Н.В. Услуги делового характера сервисных организаций // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 5 (127). С. 117–122.
8. Тюкавкин Н.М. Россия во ВТО: итоги года работы // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 6. С. 411–414.
9. Тюкавкин Н.М. Анализ инвестиционных рисков в деятельности компании // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 1 (102). С. 151–156.

References

1. Bashmachnikova E.V., Kurnosova E.A. History of development of the theory and practice of innovative activity in the sphere of services. *Vestnik Samarskogo ekonomicheskogo universiteta* [Vestnik of Samara State University of Economics], 2008, no. 10, pp. 17–19 [in Russian].
2. Kurnosova E.A. *Konkurentosposobnost' predpriiatiia sfery uslug na osnove formirovaniia innovatsionnogo povedeniia: avtoref. dis... kand. ekon. nauk* [Competitiveness of an enterprise of the sphere of services on the basis of formation of innovative behavior: Extended abstract of Candidate's of Economics thesis]. Togliatti, 2009, 26 p. [in Russian].
3. Kurnosova E.A. Classification of innovations in the sphere of service. *Nauchnoe obozrenie* [Scientific review], 2008, no. 2, pp. 48–51 [in Russian].
4. Manakhova I.V. *Transformatsii potrebleniia v informatsionnoi ekonomike. Avtoreferat na soiskanie uch. stepeni doktora ek. nauk* [Transformations of consumption in informational economics: Extended abstract of the Doctor's of Economics thesis]. M., 2014, p. 39 [in Russian].
5. Mikhailova E.V., Nikishov V.N., Saraev L.A. The Buhlmann - Straub model's generalization for the evaluation of losses of dynamic portfolio of risks. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2011, no. 10(91), pp. 117–128 [in Russian].
6. Saraev A.L., Saraev L.A. On the calculation of effective parameters of optimization of production with microstructure. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2012, no. 1(92), pp. 231–236 [in Russian].
7. Tyukavkin N.M., Nadein N.V. Business services of service organizations. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2015, no. 5(127), pp. 117–122 [in Russian].
8. Tyukavkin N.M. Russia in the WTO: Year in review. *Audit i finansovyi analiz* [Audit and financial analysis], 2013, no. 6, pp. 411–414 [in Russian].
9. Tyukavkin N.M. Analysis of investment risks in the activity of the company. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2013, no. 1(102), pp. 151–156 [in Russian].

N.V. Nadein*

THEORETICAL ANALYSIS OF MODELS OF ECONOMIC BEHAVIOUR OF CONSUMERS ON THE MODERN MARKET OF BUSINESS SERVICES

In the article the tendencies of transformation of consumption of production and services in conditions of modern market developing in informational economics, that are accompanied by the widening of bank and trade infrastructure, by the diffusion of financial innovations into all spheres of activity, by total information marketing, by increasing of informatization of an organization and decreasing of symbolic value of benefits that lead to the change of the models of consumption are revealed.

Key words: tendencies, transformation, consumption, services, market, informational economics, bank and trade infrastructure, diffusion, financial innovations, spheres of activities, total information marketing.

Статья поступила в редакцию 04/VIII/2015.
The article received 04/VIII/2015.

* Nadein Nikita Vyacheslavovich (nikitanadein@me.com), Department of Economics of Innovation, Samara State University, 1, Acad. Pavlov Street, Samara, 443011, Russian Federation.