

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

Домашнее хозяйство (ДХ) – один из субъектов экономической деятельности, от результатов которой зависит обеспеченность отдельной хозяйственной единицы и населения страны, экономики в целом [1]. Домохозяйства, вместе с коммерческими предприятиями и государством, принимают участие во всех макро- и микрорегулирующих операциях и явлениях.

Потребительское поведение домашних хозяйств – это процесс, в ходе которого формируется спрос потребителей на товары и услуги. Выбор того или иного набора товаров главным образом зависит от ряда социально-экономических и культурно-психологических факторов. Основными являются цены на продукцию и личный бюджет (собственный денежный доход). Собственные денежные доходы домашних хозяйств прямо и непосредственно влияют на спрос, а цена на приобретаемые товары в большей степени воздействует на количество покупаемых товаров.

Покупатель может приобрести товары, которые соответствуют следующему условию: общие расходы на товары не превышают располагаемые доходы потребителя:

$$Q_A \cdot P_A + Q_B \cdot P_B \leq D$$

где Q_A , Q_B – количество товаров А и В; P_A , P_B – цена товаров А и В; D – доход потребителя.

Однако данное неравенство может нарушаться. В экономике возможна ситуация, когда реальные доходы населения снижаются в большей степени, чем расходы, т. е. расходы превышают доходы. Данная закономерность характерна для населения Республики Беларусь. Постепенное снижение доходов по сравнению с расходами наблюдается со второго квартала 2013 года.

К немаловажным факторам, влияющим на потребление членов домашних хозяйств, можно отнести налоги, отчисления на социальное страхование, накопленное богатство, ставка процента, задолженность домашних хозяйств, ожидания, инфляция, психологические и структурные факторы, трансферты, количество членов домохозяйства, средний возраст семьи, географические особенности. К психологическим факторам относятся мотивы потребления (недальновидность, щедрость, полезность товаров и услуг, предпочтения членов домохозяйства).

Выбор потребителя того или иного товара имеет индивидуальный характер. Покупатель при выборе товара учитывает свои вкусы и предпочтения. Он обращает внимание на дизайн, моду и другие, важные для потребителя характеристики товара.

Для потребителей характерно не только рациональное потребление, при котором они учитывают цену, качество и полезность приобретаемого товара, но и иррациональное. Иррациональное поведение – поведение ориентировано на достижение целей без предварительной оценки сложившейся ситуации. Иррациональность подразумевает по большей части необдуманное проявление человека, основанное на чувственном или интуитивном порыве. Иррациональное поведение потребителей можно объяснить тремя основными эффектами:

- эффект подражания – приобретение товаров, которые покупают другие потребители;

- эффект сноба – стремление выделиться из толпы; появляется в том случае, когда покупки совершаются вопреки тому, что предпочитают другие потребители;

- эффект демонстрации исключительности – проявляется, когда покупается дорогой товар не для потребления, а для демонстрации своих возможностей.

При влиянии этих эффектов человек склонен приобретать ненужные товары.

При недостатке собственных средств домашние хозяйства вынуждены прибегать к займам и кредитам. Домашние хозяйства в Республике Беларусь продолжают активное привлечение банковских кредитов для финансирования потребительских и инвестиционных расходов. Таким образом они увеличивают свои долги, что может негативно сказаться на экономическом положении ДХ в условиях кризиса.

Домашние хозяйства стремятся к увеличению потребления, но они вынуждены исходить из своих возможностей. Увеличение налогов приводит к уменьшению величина располагаемого дохода и сокращению потребления, снижение – благоприятствует увеличению РЛД и потребления. Наличие процентной ставки делает будущее потребление менее значимым, по сравнению с настоящим. При сокращении реальной стоимости финансовых активов население становится беднее, уменьшается их склонность к потреблению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономическая теория: курс интенсивной подготовки / И. В. Новикова [и др.]; под ред. И. В. Новиковой, Ю. М. Ясинского. – Минск: Тетралит, 2013. – 400 с.