

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <http://www.agequal.ru>

2023, №4 http://www.agequal.ru/pdf/2023/AGE_QUALITY_4_2023.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Нанакина Ю.С., Рябова О.Н. К проблеме рисков и неопределенности потребления: теоретический аспект // Электронный научный журнал «Век качества». 2023. №4. С. 164-177. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2023/423011.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.1

**К проблеме рисков и неопределенности потребления:
теоретический аспект**

Нанакина Юлия Сергеевна,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры технологии, экономики и сервиса
ФГБОУ ВО Шуйского филиала «Ивановского государственного университета»
Ивановская область, г. Шуя, ул. Кооперативная, д.24
artamon3@yandex.ru

Рябова Ольга Николаевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры технологии, экономики и сервиса
ФГБОУ ВО Шуйского филиала «Ивановского государственного университета»
Ивановская область, г. Шуя, ул. Кооперативная, д.24
artoper@mail.ru

На каждом этапе развития общества возникают разнообразные риски, вызванные неопределенностью в различных областях экономической деятельности. Эта неопределенность может возникать из-за спонтанности процессов или недоучета растущих противоречий в обществе. В России происходит трансформация потребительских процессов, и потребители часто не успевают осознать необходимость учета риска в своей жизни. Снижение рисков и неопределенности в потреблении является активно изучаемой проблемой как в зарубежной, так и в отечественной научной литературе. Данную тему в экономическом контексте впервые изучала следующие авторы: М. Фридман и Л. Сэвэдж в 1948 г., Д. Канеман, А. Тверски и П. Словик в 1979 г. в рамках поведенческой и экспериментальной экономики, за что им в 2002 г. была присуждена Нобелевская премия по экономике [2, 3]. В данной статье будет произведена систематизация исследований рисков в условиях неопределенности с точки зрения основных экономических теорий с целью построения потребительских моделей поведения.

Ключевые слова: потребительский риск, неопределенность, консьюмеризм, рискотейкеры, рисконейтралы, рискофобы, пессимистическая, оптимистическая и промежуточная оценка риска в потреблении.

В условиях информационной экономики обострение проблемы рисков потребления требует эффективной системы управления системой рисков. При разработке мер по снижению и предотвращению рисков потребительской деятельности важно учитывать их экономическое содержание и особенности проявления.

Существует разнообразные определения рисков, отражающие сложность и многогранность этого явления, включая и потребительские риски. В целом риск представляет собой экономическую категорию, отражающую вероятность достижения определенного уровня успеха или неудачи при достижении целей субъектом хозяйствования с учетом контролируемых и неконтролируемых факторов. Часто риск интерпретируется как вероятность наступления определенного события, которое может привести к отрицательным, нулевым или положительным экономическим результатам.

Риск объединяет в себе объективные факторы и субъективные аспекты. Он порождается объективными факторами и не зависит от воли людей, но в то же время связан с выбором конкретными людьми, что подвержено влиянию их индивидуальных характеристик, психологического состояния и личных мотивов.

Исследование рисков потребителей становится актуальным по нескольким причинам [4, с. 212]:

- недостаточное внимание к проблеме потребительских рисков в экономической литературе;
- резкое изменение структуры доходов, потребления и накоплений большинства населения России;
- несоответствие мировым тенденциям в установлении социальных стандартов и регулировании трудовых отношений;

- недостаток правовой защиты прав потребителей и недоразвитость консьюмеристского движения.

Возникновение риска связано с вероятностной природой многих процессов, случайными обстоятельствами и многообразием экономических взаимодействий, в которые вступают субъекты хозяйственной деятельности. Склонность субъектов к риску зависит от действий других субъектов, наличия ресурсов и доступной информации. Принятие решений часто происходит в условиях неполной информации и неопределенности, что увеличивает риск недостижения желаемого результата. Риск действия потребителя связан с возможностью принятия опасных решений и их реализацией в условиях, где часть факторов предсказуема, а другая часть случайна и не определена. Это может привести к отрицательным последствиям, особенно если доля случайных и неопределенных факторов в процессе принятия решений высока.

На разных этапах потребительской деятельности человека существуют разные рискованные ситуации. В трудоспособном возрасте возрастает риск потери работы, ухудшения финансового положения и снижения социального статуса из-за экономических факторов. В пенсионном возрасте могут возникнуть риски голода и нищеты из-за низких доходов. В российской экономике, характеризующейся высокой степенью неопределенности, трудно прогнозировать развитие событий на ближайшее будущее, не говоря уже о долгосрочной перспективе, в которой роль неопределенности увеличивается [2].

Важно учитывать фактор неопределенности и роль времени в потребительских решениях о сбережениях. Сбережения направлены в будущее, и каждое решение основывается на ожидаемых будущих выгодах. Это означает, что прошлое нельзя изменить, а будущее остается неопределенным. Важно различать неопределенность и риск. В случае риска события подчиняются вероятностному распределению, и спектр возможных будущих событий известен. В случае неопределенности спектр будущих событий точно не известен, и вероятности исходов не могут быть определены.

При неопределенности невозможно предсказать распределение вероятностей наступления определенных событий. Предполагаемая чистая выгода рассчитывается на основе пессимистических, оптимистических и промежуточных оценок. Люди принимают решения в зависимости от своего индивидуального отношения к риску.

Существуют разные типы потребителей в зависимости от их отношения к риску: рискотейкеры (склонные к риску), рисконейтралы (нейтрально относящиеся к риску) и рискофобы (противники риска). Каждый потребитель в определенной степени способен выявлять риски, но не всегда можно управлять ими самостоятельно. Во многих случаях потребители идут на риск под воздействием внешних обстоятельств. Часто они стремятся избежать потерь, даже если это означает более медленное, но более надежное действие [5].

Для анализа принятия решений потребителями в рискованных ситуациях используются критерии «максимин» и «минимакс». «Максимин» предполагает выбор наихудшего исхода, чтобы минимизировать потери, в то время как «минимакс» оценивает максимальные потери различных вариантов и выбирает тот вариант, где максимальные потери наименьшие.

Потребительские риски обладают общими чертами, включая неопределенность внешней среды, необходимость выбора из альтернатив, возможность неоднозначных результатов и специфичное поведение потребителей. Специфические особенности потребительских рисков связаны с многофакторной природой человека и включают в себя биологические, социальные, экономические и потребительские аспекты. Эти риски могут привести к потерям или выигрышу.

Под риском потребителя понимаются противоречивые отношения между потребителями и другими экономическими субъектами в условиях неопределенности относительно альтернативных решений для достижения удовлетворительных результатов при возможном контроле над рискованной ситуацией. Риски потребителя могут быть экономическими, финансовыми,

социальными, природными, техногенными, (гео)политическими и информационными, и они различаются по степени воздействия и последствиям.

Доминирующими рисками потребителей в информационной экономике являются финансовые риски и риски информатизации. Финансовые риски связаны с возможностью потери денежных средств и включают в себя рыночный (инфляционный), процентный и кредитный риски. Рыночные риски связаны с инфляцией, которая может обесценить деньги и привести к убыткам для вкладчиков. Процентные риски касаются низких процентов на вклады при инфляции. Кредитные риски связаны с возможностью банкротства банка или отказа возврата вкладов [1].

С развитием информационной экономики увеличиваются информационные риски, такие как ложная информация о товарах или услугах. Возрастает риск, связанный с интернет-банкингом и мошенничеством, в том числе хищениями с пластиковых карт и мошенничеством с безналичными операциями.

Для решения этих проблем банки распространяют пластиковые карты с микрочипами, а правоохранительные органы ужесточают законодательство и увеличивают наказания за киберпреступления. Конечная роль интернета в экономике зависит от уровня безопасности, и растущая актуальность информационной безопасности и конфиденциальности данных может вызвать рост спроса на специалистов в этой области.

Система регулирования потребительскими рисками в информационной экономике требует комплексного подхода и действий со стороны как государства, так и общественных организаций. Государство должно принимать меры для защиты интересов и прав потребителей, включая пересмотр методик определения минимальной заработной платы, увеличение прожиточного минимума, оптимизацию налогообложения физических лиц, совершенствование системы минимальных социальных гарантий и др.

Также важным компонентом является формирование государственной потребительской политики, которая должна учитывать недостатки рынка, такие

как недостаток конкуренции, неполнота и асимметрия информации. Эта политика должна обеспечивать потребителей наиболее полезной информацией и включать в себя законодательные и исполнительные меры, а также участие социальных и общественных организаций.

Для эффективного функционирования рынка товаров и услуг также важно контролировать рекламу и обеспечивать соблюдение стандартов качества продукции. Это позволяет защитить интересы и права потребителей, но требует борьбы с фальсификацией и другими нарушениями, которые могут затруднить реализацию политики защиты прав потребителей.

Классификация рисков потребителей имеет важное практическое значение для выбора методов оценки риска и разработки мер по их снижению. Эти меры могут увеличить выгоду для потребителей, уменьшить стоимость риска и увеличить эффективность использования средств потребления. Они также способствуют планированию будущего с большей уверенностью и предсказуемостью [3].

Снижение потребительских рисков в информационной экономике требует комплексного подхода и действий и со стороны общественных организаций. Существенную роль в этом процессе должны сыграть общественные ассоциации и союзы потребителей, объединенные в движение консьюмеризма. В задачи таких организаций входит защита интересов низкодходных слоев населения, мелких предпринимателей, поиск финансовых источников для социальных программ, а также требование реформ и принятия соответствующих законов.

Производители товаров также играют важную роль в снижении потребительских рисков, особенно в контексте качества продукции. Необходимо проводить исследования и анализ потребительских предпочтений, учитывать уровень доходов и потребности различных групп потребителей. Это поможет предотвратить негативные последствия, такие как потеря здоровья или дополнительные расходы на замену продукции низкого качества.

Ключевыми шагами в формировании потребительской политики являются: определение потребительских проблем; измерение ущерба; разработка мер потребительской политики; оценка эффективности и мониторинг. Потребительская политика должна быть направлена на обеспечение информированности потребителей, защиту их интересов, а также на стимулирование качественного предложения товаров и услуг.

Государственное вмешательство. Оно может быть оправданным в тех областях, где существуют потребительские риски, например, ограничения на использование опций «по умолчанию» в контрактах. Это говорит о необходимости соблюдения баланса интересов государства, населения и бизнеса.

Обязательное раскрытие информации. Один из эффективных инструментов потребительской политики - это обязательное раскрытие информации. Форма представления информации может существенно влиять на реакцию потребителей и принятие решений. Поэтому необходимо проектировать меры раскрытия информации с осторожностью, чтобы достичь оптимальных результатов.

Расширение спектра банковских услуг. Важность предоставления более широкого спектра услуг банковского обслуживания, таких как ипотечное и потребительское кредитование, а также внедрение инноваций, например, анонимных счетов, чтобы стимулировать население к хранению средств в банках.

Например, *VIP-банкинг*: предоставление премиум-услуг клиентам этого сегмента делают отношения между банком и клиентами более надежными и долгосрочными.

Личное страхование. Важность личного страхования как средства защиты от различных рисков, которые могут угрожать жизни и благосостоянию человека. Оно может быть как обязательным, согласно закону, так и добровольным, в зависимости от осознания риска.

В современных российских условиях роль обязательного страхования увеличивается, в то время как значение добровольного личного страхования снижается, в частности, из-за роста роли государства в решении социальных вопросов и увеличения накоплений у населения.

Важность пенсионной системы в обеспечении долгосрочных накоплений населения также отражается на организации потребления. Она должна быть сбалансированной и основываться на прозрачных и гарантированных принципах.

Существенным аспектом снижения потребительских рисков является укрепление финансовой устойчивости банков и финансовых организаций. Это можно достичь путем создания системы защиты интересов вкладчиков и других кредиторов, что значительно повысит эффективность потребительских процессов.

Страхование вкладов. Закон о страховании вкладов физических лиц играет значительную роль в привлечении сбережений населения в банковскую систему. Размер страхового возмещения и доверие к системе страхования вкладов существенно влияют на рост вкладов населения.

На уровне домашних хозяйств повышение финансовой грамотности включает в себя финансовое образование индивидов, самообразование и влияние опыта родителей как основных элементов потребительской квалификации. Это важно, так как экономика страны зависит от финансовых решений каждой семьи/индивида. Отсутствие финансового образования может привести к финансовым трудностям в будущем [2].

На микроуровне повышение финансовой грамотности достигается через консультации финансовых советников, информационную поддержку от местных финансовых институтов и образование через интернет. Важную роль в этом процессе могла бы сыграть система образования, но в настоящее время она недостаточно ориентирована на финансовое образование. Данная проблема начинает реализовываться в рамках внедрения в учебные планы образовательных учреждений основ финансовой грамотности (финансового практикума).

Осознание важности финансового образования должно привести к расширению программ обучения, разработке учебных материалов, оценке эффективности образовательных программ и подготовке квалифицированных преподавателей. Инновационные технологии, включая интернет-ресурсы и приложения, могут быть использованы для повышения финансовой грамотности населения в современных условиях цифровизации.

Кроме образования важно также улучшить прозрачность работы финансовых институтов, обеспечить доступность информации об услугах и ужесточить правила на рынке финансовых услуг для защиты населения от мошенничества.

На мезоуровне банковский сектор может играть активную роль в повышении финансовой грамотности через рекламу, акции, персональные консультации и семинары для клиентов.

На индивидуальном уровне домохозяйств повышение финансовой грамотности включает в себя финансовое образование, самообразование и влияние семейного опыта. Это критически важно, поскольку каждое хозяйство как активное звено экономики оказывает влияние на экономику страны в целом.

На уровне микрофинансов повышение финансовой грамотности достигается через консультации финансовых советников, информационную поддержку от местных финансовых институтов и образовательные ресурсы в интернете. Система образования также может сыграть важную роль, но в настоящее время недостаточно ориентирована на финансовое образование.

На уровне банковского сектора можно проводить акции, рекламные кампании, предоставлять персональные консультации и семинары для клиентов с целью повышения их финансовой грамотности.

Для формирования понимания о розничных платежных услугах и связанных с ними рисках среди различных целевых аудиторий, включая детей, молодежь, взрослое население, пожилых людей и нерезидентов, банки используют

различные средства, такие как плакаты, прайс-листы, рекламные материалы и семинары/вебинары.

Необходима разработка методических рекомендаций для организаций, предоставляющих розничные платежные услуги, с целью улучшения информированности клиентов о предоставляемых услугах и связанных с ними рисках.

В 1995 г. была создана Национальная коалиция по повышению финансовой грамотности, которая, начав с 10 организаций, выросла до 160 организаций из 50 стран и объединила правительственные органы, бизнес и частные лица. Эти организации внедряют свои программы повышения финансовой грамотности.

Разные страны сталкиваются с различными вызовами в области финансовой грамотности, такими как пенсионное планирование и страхование. Необходимость повышения финансовой грамотности будет расти в будущем, особенно с увеличением разнообразия финансовых продуктов и повышением ответственности физических лиц за свои финансы.

Повышение уровня финансовой грамотности может способствовать сокращению бедности и улучшению сбора налогов. Это также поможет обеспечить стабильность финансовой системы и улучшение качества жизни населения. Важно осознать необходимость повышения финансовой грамотности для построения устойчивой глобальной экономики. Данные инструменты можно систематизировать (см. таблицу).

Субъекты и инструменты управления 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	Личное страхование Самострахование
Коллаборативные объединения	Партнерство, коммерческие союзы (холдинги)

Объективное развитие финансового рынка влечет за собой усложнение и дифференциацию финансовых продуктов, а также увеличение сложности выбора на финансовом рынке. Это сопровождается усилением конкуренции и повышением доступности кредитных продуктов.

На макроуровне создается механизм государственного регулирования, включающий в себя разработку и реализацию целевых программ и проектов для повышения финансовой грамотности населения. Примером такой программы является государственная программа «Развитие финансового образования и финансовой грамотности».

Центральный банк Российской Федерации также активно участвует в улучшении финансовой грамотности, предлагая свои собственные инструменты и стандарты для повышения информированности клиентов в сфере банковских услуг.

Ожидается, что реализация этих мероприятий приведет к увеличению сбережений домохозяйств, снижению рисков банкротства, улучшению доступа к финансовым услугам, увеличению участия населения в добровольном пенсионном накоплении и укреплению защиты от финансового мошенничества.

Зарубежный опыт показывает, что стратегии повышения финансовой грамотности различаются в зависимости от конкретной страны и ее финансовой инфраструктуры. Примером служит опыт Индии, где большинство сбережений

хранится в золоте, и где финансовое образование играет ключевую роль в изменении финансового поведения населения.

Под моделью потребления домохозяйств понимается способ экономического поведения потребителей, отражающий, насколько эффективно они используют свои деньги, изменяя свой спрос на товары и услуги, а также формируя сбережения.

Известны три динамические модели потребления: подоходная, сберегательная и кредитная. Под подоходной моделью потребления понимается ситуация, когда домохозяйство тратит весь свой текущий доход на потребительские расходы, не оставляя возможности для сбережений или займов. Под сберегательной моделью потребления понимается поведение, при котором домохозяйство тратит меньше, чем зарабатывает, и накапливает финансовые активы для будущего. Под кредитной моделью потребления понимается ситуация, когда домохозяйство тратит больше, чем зарабатывает, и компенсирует дефицит, привлекая заемные средства.

Решение о выборе модели потребления зависит от нескольких факторов, включая уровень дохода, предпочтения, отношение к риску и стадию жизненного цикла.

Итак, на макроэкономическом уровне кредитное финансирование потребительских расходов может привести к росту ВВП в краткосрочной перспективе, но может также привести к скрытому сокращению капитала и вызвать экономический кризис.

Долговое финансирование потребления как механизм перераспределения ресурсов и благосостояния между поколениями может представлять риск для экономики. Риски потребителя включают в себя разнообразные отношения и неопределенность в выборе решений для достижения удовлетворительных результатов. В информационной экономике эти риски включают в себя финансовые риски и риски информатизации.

Для снижения рисков потребителя в информационной экономике предлагается использовать эффективную финансовую политику, развивать страховые механизмы и повышать финансовую грамотность населения.

Список литературы

1. Брюммерхофф Д. Теория государственных финансов. – Владикавказ: Пионер-Пресс, 2001. – 452 с.
2. Голуб Н.И. Закономерности личного потребления в рыночной экономике: дис. д-ра. экон. наук: 08.00.01. - Саратов. - 2000. - 312 с.
3. Каненман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005. - 345 с.
4. Нанакина Ю.С., Симакова Е.С. Образ нового потребителя как результат формирования современных потребительских тенденций [Электронный ресурс]// Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (05 нояб. 2020 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь. - 2020. – С. 211-217. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/prognozirovanie-innovacionnogo-razvitiya-nacionalnoy-economiki-2020-ch2.pdf>.
5. Трубицына Т.И. Экономическая теория: проблемы методологии. – Саратов. - 2001. – 388 с.

To the problem of risks and uncertainty of consumption: theoretical aspect

Nanakina Yu.S.,

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor, Department of Technology, Economics and Service

Shuya Branch of Ivanovo State University

Ivanovo region, Shuya, st. Cooperative, d. 24

artamon3@yandex.ru

Ryabova O.N.,

Candidate of Pedagogical Sciences,

Associate Professor, Department of Technology, Economics and Service

Shuya Branch of Ivanovo State University

Ivanovo region, Shuya, st. Cooperative, d. 24

artoper@mail.ru

At each stage of the development of society, various risks arise caused by uncertainty in various areas of economic activity. This uncertainty can arise from the spontaneity of processes or the undercount of growing contradictions in society. In Russia, consumer processes are being transformed, and consumers often do not have time to realize the need to take into account the risk in their lives. Reducing risks and uncertainties in consumption is an actively studied problem, both in foreign and domestic scientific literature. This topic was first addressed in an economic context by M. Friedman and L. Savage in 1948, and then investigated in detail by D. Kahneman, A. Tversky and P. Slovik in 1979 as part of behavioral and experimental economics, for which they were awarded the Nobel Prize in Economics in 2002. In this article, risk studies will be systematized in conditions of uncertainty from the point of view of basic economic theories.

Keywords: consumer risk, uncertainty, consumerism, risk takers, riskneutrals, risklines, pessimistic, optimistic and intermediate risk assessment in consumption.