**Россошанский Александр Игоревич**

**Влияние субъективной оценки качества жизни на потребительское поведение населения**

*В статье показано, что население с высоким субъективным качеством жизни имеют более высокий уровень материального благосостояния, гораздо увереннее чувствуют себя в условиях резких негативных изменений в экономике, нежели население с низким и средним качеством жизни, готовы предпринимать активные действия по поиску дополнительного заработка, а также имеют возможность использовать собственные сбережения как определенную «подушки безопасности».*

*Качество жизни, потребительское поведение,**сбережения.*

Вопросы повышения качества жизни населения неразрывно связаны с исследованиями в области потребительского поведения, которое можно рассматривать как комплекс действий и реакций субъектов в сфере потребления, включающий экономический интерес и социальное взаимодействие. Следует отметить, что потребительское поведение хоть и предполагает наличие рациональности действующего субъекта, стремящегося достичь удовлетворения своих потребностей с максимальной выгодой, социальная составляющая ограничивает его качественными условиями жизнедеятельности общества, спонтанностью и непредсказуемостью действий отдельных индивидов. Исследования в области типологизации потребительского поведения в различных слоях и кластерах населения в российской практике ведутся ещё с конца второй половины XX века и посвящены в большей мере группам населения, различающихся по уровню и структуре доходов, располагаемых ресурсов и расходов на конечное потребление [3, 4].

В то же время в недостаточной степени изучены особенности потребительского поведения в относительно крупных социальных группах, например, как в различных по степени восприятия собственного качества жизни. Данные группы достаточно неоднородны и не могут быть сведены лишь типологизации материального положения. Важность применения самооценок при характеристике качества жизни в данном случае объясняется многоуровневостью и аморфностью рассматриваемой категории не имеющей четкой формулировки и порождающей наличия большого количества методик его измерения [2]. Использование субъективных оценок при характеристике качества жизни населения позволяет сфокусироваться больше на самоопределении собственного качества жизни индивида относительно других.

В связи с этим, анализируется потребительское поведение населения региона в зависимости от степени восприятия качества жизни. Информационную базу исследования составили данные социологического опроса «Качество жизни», проведенного ИСЭРТ РАН в Вологодской области в 2016 г. Опрос проводится методом раздаточного анкетирования по месту жительства респондентов на территории Вологды и Череповца, а также восьми районов области (Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском и Шекснинском). Общий объем выборочной совокупности составил 1500 человек в возрасте от 18 лет и старше. Тип выборки: квотная по полу и возрасту. Ошибка выборки не превышает 3%.

Выделение выше обозначенных социальных групп осуществлялось на основе возможных вариантов ответа («высокое», «среднее» и «низкое») на вопрос «Как бы Вы оценили качество Вашей жизни?». При этом учитывались не только данные социальные группы, но и все население региона в целом.

По результатам исследования за 2016 г. выявлено, что в Вологодской области подавляющая часть населения характеризовала свое качество жизни на среднем уровне (70% респондентов), 24% – на низком и только 6% – на высоком. При этом подчеркнем, что в последнем случае качество жизни ассоциировалось в первую очередь с наличием счастливой семьи и крепким здоровьем (около 70% опрошенных по каждому ответу, *таблица 1*), во вторую – с хорошей работой и высоким материальным благосостоянием (55 и 45% соответственно). Выше обозначенное характерно для всех выделенных групп, которые различаются по качеству жизни. Вместе с тем, в «полярных группах» (с низким и высоким качеством жизни) важность наличия хорошей работы и высокого материального благосостояния была значительно выше.

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос: «Что лично для Вас означает «высокое качество жизни?», % от ответивших (респонденты могли выбрать до 3-х вариантов ответа)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Высокое | Среднее | Низкое | В среднем по области\* |
| Счастливая семья | 66,7 | 73,5 | 59,5 | 69,8 |
| Крепкое здоровье | 60,5 | 69,1 | 71,2 | 69,1 |
| Хорошая работа | 45,7 | 56,7 | 51,4 | 54,8 |
| Высокое материальное благосостояние | 46,9 | 43,4 | 47,8 | 44,6 |
| Разнообразный и полноценный отдых | 16,0 | 21,6 | 18,7 | 20,6 |
| Безопасная внешняя среда | 14,8 | 11,8 | 12,8 | 12,2 |
| Благоприятная экологическая ситуация | 6,2 | 10,4 | 10,9 | 10,3 |
| Развитая инфраструктура | 9,9 | 9,7 | 5,9 | 8,8 |
| Другое | 0,0 | 0,7 | 0,3 | 0,5 |

\* Ранжировано в порядке убывания по региону в целом.

Схожая закономерность прослеживается и в том случае, когда рассматривается достаточность денежных средств для хорошей и очень хорошей жизни (*табл. 2*). Как показали результаты социологического опроса, население, которое на высоком уровне оценивает качество жизни, отличается большей скромностью в представлениях о необходимом уровне дохода по сравнению с остальными (54 тыс. рублей против 79 тыс. рублей в месяц на одного члена семьи в условиях низких самооценок).

Таблица 2 – Распределение ответов на вопрос: «Какой размер денежных средств на одного члена семьи в месяц, по Вашему мнению, необходим чтобы жить… »

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Высокое | Среднее | Низкое | В среднем по области |
| Удовлетворительно | 18 864 | 20 565 | 20 157 | 20 382 |
| Хорошо | 33 851 | 36 547 | 36 243 | 36 343 |
| Очень хорошо | 54 210 | 65 351 | 78 922 | 68 108 |

В то же время при повышении субъективных оценок качества жизни наблюдается переход от патерналистских ожиданий к партисипаторным механизмам в случаях непредвиденного и резкого ухудшения материального положения (*табл. 3*). Так, для группы населения с низким качеством жизни в случае ухудшения материального положения первоочередной мерой выступает сокращение расходов (44%), во вторую очередь – дополнительный заработок (29%), при этом десятая часть не собираются предпринимать каких-либо действий, а почти четверть затруднились с ответом на вопрос. В условиях высокого качества жизни – поиск дополнительных источников доходов, а также использование накоплений и сбережений (62 и 19% соответственно).

Таблица 3 – Распределение ответов на вопрос: «Что Вы готовы предпринять в случае резкого ухудшения Вашего материального положения?», % от ответивших

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Высокое | Среднее | Низкое | В среднем по области |
| Буду больше работать / постараюсь найти дополнительные источники дохода | 61,7 | 43,0 | 29,1 | 40,6 |
| Сокращу расходы | 44,4 | 52,2 | 43,9 | 49,8 |
| Буду участвовать в акциях протеста | 7,4 | 4,4 | 7,5 | 5,3 |
| Ничего не буду делать | 4,9 | 8,7 | 10,6 | 9,0 |
| Возьму кредит в банке или в долг у близких, друзей | 7,4 | 6,0 | 6,4 | 6,2 |
| Буду продавать своё имущество | 1,2 | 2,2 | 3,4 | 2,4 |
| Буду тратить сбережения | 18,5 | 4,3 | 2,8 | 4,7 |
| Затрудняюсь ответить | 4,9 | 10,8 | 22,1 | 13,2 |

Отметим, что у населения со средним и низким качеством жизни причиной невысокой заинтересованности в использовании собственных накоплений в условиях ухудшения материального положения, скорее всего, является их низкая сберегательная активность. В условиях высокого качества жизни – сбережения имеются у 57%, в двух других группах – 27% и 13% соответственно. Среди факторов, ограничивающих формирование сбережений у населения с высоким качеством жизни, – отсутствие самодисциплины, недостаточность доходов, а также отсутствие мотивов к сбережениям (26%, 23% и 17% соответственно, *табл. 4*), у населения со средним и низким качеством жизни – материальный фактор (вариант ответа «сегодняшние доходы не позволяют этого сделать» встречается в 65% и 77% случает соответственно).

Таблица 4 – Распределение ответов на вопрос: «Если Вы (Ваша семья) не делаете

сбережений, то почему?», % от ответивших

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Высокое | Среднее | Низкое | В среднем по области |
| У меня не хватает собранности и  самодисциплины, чтобы копить | 25,7 | 16,1 | 14,4 | 15,9 |
| Сегодняшние доходы не позволяют  этого делать | 22,9 | 65,3 | 77,3 | 67,3 |
| Из-за нестабильной экономической  ситуации | 14,3 | 19,5 | 16,3 | 18,4 |
| Нет надежных способов хранения  сбережений, велик риск их потерять | 5,7 | 11,2 | 9,3 | 10,5 |
| Сбережения делать невыгодно,  в настоящее время лучше тратить,  чем копить | 5,7 | 20,1 | 7,7 | 16,2 |
| В принципе не нужны сбережения | 17,1 | 12,7 | 3,8 | 10,3 |
| Другое | 2,9 | 2,0 | 1,3 | 1,8 |
| Затрудняюсь ответить | 20,0 | 6,5 | 5,4 | 6,6 |

Данные результатов опроса, представленные в *таблице 5*, достаточно хорошо, на наш взгляд, коррелируют с содержательной характеристикой необходимых условий, обеспечивающих высокое качество жизни. Важно отметить, что высокий уровень материального благосостояния имеет большее значение для населения с низкими самооценками качества жизни по сравнению с остальными.

Это во многом объясняется покупательной способностью доходов – лишь у 2% населения с низким качеством жизни не возникает трудностей с приобретением автомобиля, большинство же испытывает трудности при покупке товаров длительного пользования (34%) и продуктов питания (53%), для 11% населения данной группы денег не хватает даже на приобретение продуктов питания. Не вызывает удивления и тот факт, что 65% и 17% представителей данной группы относит себя к бедным и нищим соответственно и только 9% к людям среднего достатка.

Таблица 5 – Распределение ответов на вопрос: «Какая из приведённых ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?», % от ответивших

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Высокое | Среднее | Низкое | В среднем по области |
| Денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать | 33,8 | 2,2 | 0,0 | 3,4 |
| Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор) не вызывает у нас трудностей, однако покупка автомашины сейчас недоступна | 36,3 | 14,1 | 2,0 | 12,4 |
| Денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды, однако более крупные покупки приходится откладывать на потом | 26,3 | 59,9 | 33,6 | 51,8 |
| Денег хватает только на приобретение продуктов питания | 2,5 | 21,6 | 53,2 | 28,2 |
| Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания, приходится влезать в долги | 1,3 | 2,1 | 11,2 | 4,2 |

Таким образом, как показало исследование, группы населения, различающиеся по степени восприятия качества жизни, имеют определенные особенности потребительского поведения. С ростом субъективных оценок касательно собственного качества жизни в значительной степени модифицируются представления о необходимых составляющих высокого качества жизни. Для всех рассматриваемых групп населения высокое качество жизни ассоциируется, в первую очередь, со счастливой семьей и крепким здоровьем, а наличие хорошей работы и высокого материального статуса отодвигается на второй план, однако по мере снижения самооценок качества жизни значимость последних существенно повышается (под высоким качеством жизни подразумевают наличие хорошей работы 57% и 51% населения со средним и низким качеством жизни соответственно, высокое материальное благосостояние – 43% и 48% соответственно). Меньшая зацикленность на материальном статусе может объяснятся тем, что для группы с высоким субъективным качеством жизни характерен более высокий уровень материального благосостояния, они гораздо увереннее чувствуют себя в условиях резких негативных изменений в экономике, нежели население с низким и средним качеством жизни, готовы предпринимать активные действия по поиску дополнительного заработка, а также имеют возможность использовать собственные сбережения как определенную «подушки безопасности».

**Список литературы**

Аракелова, И.В. Маркетинг лояльности в потребительской экономике: теория, методология, практика [Текст]: автореферат дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. / И.В. Аракелова. – Волгоград, 2014. – 53 с.

Россошанский, А.И. Структура качества жизни населения в российских и зарубежных исследованиях [Электронный ресурс] / А.И. Россошанский, Е.А. Чекмарева // Социальное пространство. – 2016. – № 1. – Режим доступа: http://sa.vscc.ac.ru/article/1803

Шабунова, А.А. Экономическое поведение населения: теоретические аспекты [Текст] : препринт / А.А. Шабунова, Г.В. Белехова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 134 c.

Ярашева, А.В. Типология регионов по потребительскому поведению домохозяйств [Текст] / А.В. Ярашева, Е.А. Макарова // Народонаселение. – 2015. – № 3. – 77-84.

Feuerstein, R. Mediated Learning Experience: a theoretical review. In: Mediated Learning Experience (MLE): theoretical, psychosocial and learning implications / R. Feuerstein, S. Feuerstein.– London: Freund Publishing House Ltd., 1994. – pp. 3-51.

Mehrabian, A. An approach to environmental psychology / A. Mehrabian, J.A. Russell – Cambridge, MA, USA; London, UK: MIT Press, 1974. – 331 p.

Piaget, J. The child’s conception of the world. / J.T. Piaget, A. Tomlinson, J. Tomlinson. – London: Harcourt, Brace and Company, 1929. – 402 p.

Sheth, J.N. Customer Behavior and Beyond / J.N. Sheth, B. Mittal, B.I. Newman. – The Dryden Press, 1999. – pp. 6-35.