

## **ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ**

*Ассистент (Ярославский гос. ун-т им. П.Г. Демидова)*

**И.А. Кирсанов**

В процессе экономических исследований особое внимание уделяется моделям классической теории финансов. Однако, их результаты часто идут в разрез с классическими моделями. Основной причиной снижения прогностической силы классических моделей является низкий уровень проработки поведенческих аспектов принятия решений хозяйствующими субъектами.

Поведенческий финансы – это раздел экономической науки, изучающий поведение экономических субъектов при принятии финансовых решений в условиях неопределенности и отклонения от рациональных вариантов. При этом, по нашему мнению, ключевым объектом изучения поведенческих финансов должны быть домашние хозяйства, так как они создают экономическую действительность в стране в результате своей хозяйственной деятельности [10].

В теории поведенческих финансов выделяют разные эффекты, которые используются для описания поведения хозяйствующих субъектов под действием различных факторов. Проведенный нами анализ ситуации в российской экономике позволяет утверждать, что для отечественных домашних хозяйств в период экономической нестабильности, начиная с 2014 г. были характерны следующие базовые эффекты: «сверхреакции»; информационного каскада; консерватизма; определенности; наличных денег. Источником информации для подобного анализа могут служить данные Федеральной службы государственной статистики. Несмотря на ряд проблем, связанных с изучением домашних хозяйств, данные официальной статистики позволяют выявить некоторые специфические эффекты [11].

В условиях снижения реальных доходов и повышения уровня цен домашние хозяйства не наращивают потребление основных товаров (мясо, крупы, овощи), а переходят на товары с высоким содержанием углеводов (хлеб, джем, конфеты и др.), полезность которых сомнительна.

В условиях планомерного повышения акцизов на алкогольную продукцию и снижения реальных доходов, домашние хозяйства стараются заместить данные блага и занимаются кустарным домашним производством подобных напитков. Именно по этой причине повышаются затраты на сахар, как основной компонент.

Российские домашние хозяйства, даже имея «белый», официальный доход стараются занизить его размер. Вполне вероятно, это связано с высокой степенью теневого сектора в экономике РФ. При этом, домашние хозяйства стараются не платить налоги, так как не ощущают обратного движения благ.

Тенденция использования сбережений для поддержания текущего уровня потребления прослеживалась еще в 2015 г., сбережения направлены не на приобретение товаров длительного пользования, а на поддержание текущего уровня потребления.

Указанные особенности поведения домохозяйств могут найти применение в воздействии на уровень финансовой грамотности населения. Заинтересованными сторонами в данном вопросе являются финансовые организации, коммерческие организации, ЦБ РФ и Правительство страны.

Таким образом, российские домашние хозяйства подвержены различным специфическим эффектам поведенческих финансов. Они в полной мере проявляют нерациональное поведение, особенно в сложные экономические периоды.

## **ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

*К.э.н., доцент (Тверской гос. ун-т)*

**А.А. Вдовенко**

Как известно, в современной экономике малый бизнес поддерживается и активно развивается. Каждый год создаются новые малые и микропредприятия. Казалось бы, малый бизнес должен играть всё большую роль в экономике. Однако в реальности этого не происходит. Причин для этого много. Если рассмотреть сектор малого бизнеса с точки зрения его вклада в ВВП, то становится понятным, что развитие малого бизнеса имеет трудности. Происходит уменьшение средств, выделяемых на этот сектор. Если в 2015 г. это были 17 млрд руб., в 2016 г. – 12 млрд руб., то в 2017г – 7,5 млрд руб. [12].

Доля малого и среднего предпринимательства в ВВП, составила в 2015 г., 19,9 %, в том числе доля малых и микропредприятий достигла 13,8 % [13]. Это весьма низкий показатель для развитой рыночной экономики.

В связи с принятием закона №209-ФЗ в 2007 г. произошло большое движение вперед по сравнению с законодательством о малом бизнесе 1995г. Многие неясности были устранены. Однако, по нашему мнению, именно закон №209-ФЗ позволяет крупному бизнесу активно развиваться на поле малого. Для эффективного развития малого бизнеса необходимо разделять малый бизнес на два отдельных сектора: малый бизнес, созданный крупным и самостоятельный, независимый малый бизнес. Однако в законе этого разделения по сути нет.

Это открывает широкие возможности для формирования сетей крупного бизнеса, франчайзинга и других, которые отнести к малому бизнесу уже нельзя. Крупный бизнес получил полную свободу для развития в среде малого. Рынок – это конкурентная среда. Поэтому настоящий малый бизнес вытесняется с рынка естественным путём. Ведь конкурировать с сетями крупного бизнеса он не в состоянии. Таким образом, закон не может выполнять эффективно функции по поддержке малого бизнеса. В данном случае идёт поддержка развития сетевого крупного бизнеса под видом малого. Критерии отнесения к сектору малого бизнеса создают широкие возможности для формирования сектора крупного бизнеса под видом малого.

Многие предприятия крупного бизнеса могут иметь до 49 % участия в уставном капитале ООО для сектора малого и среднего бизнеса, включая микробизнес. Это весьма крупная доля гарантирует контроль над малой